



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL MENCIÓN FINANZAS

TÍTULO DEL PROYECTO

**DIAGNÓSTICO E IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA INTEGRAL DEL
TALLER DE COSTURA CREACIONES MARGARITA**

Autoras: Tatiana Margarita Pico Chávez

Carmen Janeth Ramírez Bosa

Tutor: Ab. Elicza Ziadet Bermúdez

MILAGRO, 27 DE SEPTIEMBRE DEL 2011

ECUADOR

ACEPTACIÓN DE LA TUTORA

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por la Srta. Tatiana Margarita Pico Chávez y la Srta. Carmen Janeth Ramírez Bosa, para optar al título de Ingeniera Comercial con mención Finanzas y que acepto tutoriar las estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, a los 27 días del mes de Septiembre del 2011

Ab. Elicza Ziadet Bermudez

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo fue realizado en base a los conocimientos de sus autoras Tatiana Margarita Pico Chávez y Carmen Janeth Ramírez Bosa declaramos ante el Concejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciando debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no han sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 27 días del mes de Septiembre del 2011

Tatiana Margarita Pico Chávez

CI: 092401210-7

Carmen Janeth Ramírez Bosa

CI: 092360045-6

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de INGERIENRA COMERCIAL Con mención FINANZAS otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA []

DEFENSA ORAL []

TOTAL []

EQUIVALENTE []

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Dedico mi proyecto principalmente a Dios por haberme dado el privilegio de existir, por estar a mi lado en cada momento de mi vida acompañándome, cuidándome y guiándome por el buen camino. A mi madre y hermana apoyándome en todo siempre está a mi lado y me da las fuerzas para seguir adelante muchas gracias de corazón siempre estará en mi corazón.

TATIANA PICO

Dedico este proyecto a mi querida madre por ser el pilar fundamental en toda mi carrera estudiantil y darme su apoyo incondicional en todo momento. Al ser más maravilloso que Dios me regalo, mi hija y a mi esposo que con su paciencia y apoyo he podido salir adelante, siempre los amare.

JANETH RAMIREZ

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradecemos a la UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO prestigiosa universidad del Ecuador la cual nos abrió sus puertas, preparándonos para un futuro mejor y formándonos como personas de bien, a la Unidad Académica CIENCIAS ADMINISTRATIVAS en quien nos acogió como nuestra segunda casa los años que pasamos en las aulas de INGENIERIA COMERCIAL por brindarnos profesores con excelentes enseñanzas gracias por su comprensión, paciencia y enseñanza.

Un agradecimiento especial a la tutora que nos dedico su tiempo a enseñarnos a realizar nuestro proyecto y poder culminar.

Agradecemos a nuestras madres que con esfuerzo y sacrificios hemos salido adelante durante toda la carrera universitaria con el propósito de ser profesionales.

A la microempresa CREACIONES MARGARITA y su dueña por permitirnos elaborar nuestro proyecto y colaborar con todas las inquietudes que luego serán su base para mejorar la microempresa.

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Dr. Rómulo Minchala

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue **DIAGNÓSTICO INTEGRAL DEL TALLER DE COSTURA CREACIONES MARGARITA Y DEFINICIÓN DE UN PLAN DE ACCIÓN Y MEJORA CONTIÚNA** y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 27 de Septiembre del 2011

Tatiana Margarita Pico Chávez

CI: 0924012107

Carmen Janeth Ramírez Bosa

CI: 092360045-6

ÍNDICE GENERAL

| Contenido | Pag. |
|---|-------------|
| Caratula o portada..... | i |
| Constancia de aceptación por el tutor..... | ii |
| Declaración de autoría de la investigación..... | iii |
| Dedicatoria..... | iv |
| Agradecimiento..... | v |
| Índice general..... | vi |
| Índice de figuras..... | xii |
| Resumen..... | xvii |

TEXTO

| | |
|-------------------|---|
| Introducción..... | 1 |
|-------------------|---|

CAPITULO I

EL

| | |
|----------------------|----------|
| PROBLEMA..... | 3 |
|----------------------|----------|

| | |
|--|----------|
| 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | 3 |
|--|----------|

| | |
|-----------------------------|---|
| 1.1.1 Problematización..... | 3 |
|-----------------------------|---|

| | |
|--------------------------------------|---|
| 1.1.2 Delimitación del problema..... | 4 |
|--------------------------------------|---|

| | |
|-------------------------------------|---|
| 1.1.3 Formulación del problema..... | 5 |
|-------------------------------------|---|

| | |
|---|---|
| 1.1.4 Sistematización del problema..... | 5 |
|---|---|

| | | |
|------------|--|----------|
| 1.1.5 | Determinación del tema..... | 5 |
| 1.2 | OBJETIVOS..... | 6 |
| 1.2.1 | Objetivo general..... | 6 |
| 1.2.2 | Objetivos específicos..... | 6 |
| 1.3 | JUSTIFICACIÓN..... | 6 |
| 1.3.1 | Justificación de la investigación..... | 6 |

CAPITULO II

| | |
|---------------------------------------|--|
| MARCO REFERENCIAL..... | 9 |
| 2.1 MARCO TEÓRICO..... | 9 |
| 2.1.1 | Antecedentes históricos.....14 |
| 2.1.2 | Antecedentes referenciales.....14 |
| 2.1.3 | Fundamentación Científica.....14 |
| 2.2 MARCO LEGAL..... | 27 |
| 2.3 MARCO CONCEPTUAL..... | 34 |
| 2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES..... | 37 |
| 2.4.1 | Hipótesis general.....37 |
| 2.4.2 | Hipótesis particulares.....37 |
| 2.4.3 | Declaración de variables.....37 |
| 2.4.4 | Operacionalización de las variables.....38 |

CAPITULO III

| | |
|--|-----------|
| MARCO METODOLÓGICO..... | 41 |
| 3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN..... | 41 |

| | | |
|------------|--|-----------|
| 3.2 | LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA..... | 42 |
| 3.2.1 | Características de la población..... | 42 |
| 3.2.2 | Delimitación de la población..... | 42 |
| 3.2.3 | Tipo de muestra..... | 42 |
| 3.2.4 | Tamaño de la muestra..... | 42 |
| 3.2.5 | Proceso de selección..... | 44 |
| 3.3 | LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS..... | 44 |
| 3.3.1 | Métodos de la investigación..... | 44 |
| 3.3.2 | Técnicas e instrumento de la investigación..... | 45 |
| 3.4 | EL TRATAMIENTO ESTADISTICO DE LA INFORMACIÓN..... | 46 |

CAPITULO IV

| | | |
|------------|--|-----------|
| | ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS..... | 47 |
| 4.1 | ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL..... | 47 |
| 4.2 | ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVA...58 | |
| 4.3 | VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS..... | 59 |

CAPITULO V

| | | |
|------------|--|-----------|
| | PROPUESTA..... | 61 |
| 5.1 | TEMA..... | 61 |
| 5.2 | FUNDAMENTACIÓN..... | 61 |
| 5.3 | JUSTIFICACIÓN..... | 65 |
| 5.4 | OBJETIVOS..... | 67 |
| 5.4.1 | Objetivo general de la propuesta..... | 67 |
| 5.4.2 | Objetivos específicos de la propuesta..... | 67 |
| 5.5 | UBICACIÓN..... | 67 |

| | | |
|--------------|--|------------|
| 5.6 | FACTIBILIDAD..... | 68 |
| 5.7 | DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA..... | 69 |
| 5.7.1 | Actividades..... | 70 |
| 5.7.1.1 | Análisis del negocio..... | 70 |
| 5.7.1.2 | Foda..... | 70 |
| 5.7.1.3 | Análisis de las cinco fuerzas de Porter..... | 73 |
| 5.7.1.4 | Filosofía corporativa del negocio..... | 75 |
| 5.7.1.5 | Políticas..... | 75 |
| 5.7.1.6 | Estructura orgánica y función..... | 76 |
| 5.7.1.7 | Plano actual del taller de costura CREACIONES MARGARITA..... | 79 |
| 5.7.1.8 | Propuesta del taller de costura CREACIONES MARGARITA..... | 80 |
| 5.7.1.9 | Estrategias de marketing mix..... | 81 |
| 5.7.2 | Recursos, análisis financiero..... | 86 |
| 5.7.3 | Impacto..... | 101 |
| 5.7.4 | Cronograma..... | 102 |
| | CONCLUSIÓN..... | 103 |
| | RECOMENDACIÓN..... | 104 |
| | BIBLIOGRAFÍA..... | 105 |
| | ANEXOS | |

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1

Operacionalización de las variables.....38

Cuadro 2

Análisis de la entrevista.....57

Cuadro 3

Verificación de hipótesis.....59

Cuadro 4

Análisis FODA.....72

Cuadro 5

Lista de precios.....83

Cuadro 6

Inversión del proyecto.....86

Cuadro 7

Depreciación de activo fijo.....87

Cuadro 8

Costos directos.....88

Cuadro 9

Gastos administrativos.....88

Cuadro 10

| | |
|--------------------------|----|
| Estado de resultado..... | 90 |
|--------------------------|----|

Cuadro 11

| | |
|----------------------|----|
| Balance general..... | 91 |
|----------------------|----|

Cuadro 12

| | |
|--------------------|----|
| Flujo de caja..... | 92 |
|--------------------|----|

Cuadro 13

| | |
|---------------------|----|
| Financiamiento..... | 96 |
|---------------------|----|

Cuadro 14

| | |
|--------------------------------------|----|
| Flujo de caja del inversionista..... | 96 |
|--------------------------------------|----|

Cuadro 15

| | |
|------------------------|----|
| Índice financiero..... | 97 |
|------------------------|----|

ÍNDICE DE GRÁFICO

Gráfico 1

Encuesta pregunta 1.....48

Gráfico 2

Encuesta pregunta 2.....49

Gráfico 3

Encuesta pregunta 3.....50

Gráfico 4

Encuesta pregunta 4.....51

Gráfico 5

Encuesta pregunta 5.....52

Gráfico 6

Encuesta pregunta 6.....53

Gráfico 7

Encuesta pregunta 7.....54

Gráfico 8

Encuesta pregunta 8.....55

Gráfico 9

Mapa de Roberto Astudillo.....68

Gráfico 10

Cinco fuerzas de Porter.....73

Grafico 11

| | |
|--|----|
| Organigrama del taller de costura..... | 76 |
|--|----|

Grafico 12

| | |
|---|----|
| Plano actual del taller de costura..... | 79 |
|---|----|

Grafico 13

| | |
|--|----|
| Plano propuesto del taller de costura..... | 80 |
|--|----|

Grafico 14

| | |
|--------------------|----|
| Marketing mix..... | 81 |
|--------------------|----|

Grafico 15

| | |
|---------------------------------------|----|
| Publicidad del taller de costura..... | 85 |
|---------------------------------------|----|

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1

| | |
|--------------------------|----|
| Encuesta pregunta 1..... | 47 |
|--------------------------|----|

Tabla 2

| | |
|--------------------------|----|
| Encuesta pregunta 2..... | 48 |
|--------------------------|----|

Tabla 3

| | |
|--------------------------|----|
| Encuesta pregunta 3..... | 50 |
|--------------------------|----|

Tabla 4

| | |
|--------------------------|----|
| Encuesta pregunta 4..... | 51 |
|--------------------------|----|

Tabla 5

| | |
|--------------------------|----|
| Encuesta pregunta 5..... | 52 |
|--------------------------|----|

Tabla 6

| | |
|--------------------------|----|
| Encuesta pregunta 6..... | 53 |
|--------------------------|----|

Tabla 7

| | |
|--------------------------|----|
| Encuesta pregunta 7..... | 54 |
|--------------------------|----|

Tabla 8

| | |
|--------------------------|----|
| Encuesta pregunta 8..... | 55 |
|--------------------------|----|

RESUMEN

CREACIONES MARGARITA es una microempresa dedicada a la confección de prendas de vestir para damas, también se confecciona uniformes para estudiantes y maestras, el taller de costura se encuentra con grandes inconvenientes como son la falta de personal, maquinaria desactualizada, desabastecimiento de materiales desconocimiento de la situación financiera del negocio. Por lo tanto creemos necesario realizar un diagnostico integral del taller implementando estrategias para el buen funcionamiento del mismo. La metodología a utilizarse es de tipo documental que nos permite mediante la investigación bibliográfica y lincográfica determinar la variables, de campo porque se realiza en el lugar de los hechos “Taller de costura Creaciones Margarita” utilizando técnicas de investigación como la entrevista, encuesta y observación; de tipo histórico porque la información se obtiene de los registro que lleva la propietaria del taller. La propuesta a realizar es factible ya que está ajustada a las necesidades que presenta el taller de costura, dentro de esta medida, es imprescindible que la propietaria del taller tenga conocimientos de las estrategias a aplicarse. Para lograr la realización del proyecto se presentaran cada una de las estrategias planteadas con los beneficios a obtenerse si se aplica correctamente cada estrategia. La aplicación de este proyecto permitirá a CREACIONES MARGARITA incrementar la demanda, mejorar el servicio prestado, llevar un control de la situación financiera del negocio, mejorar la productividad y el rendimiento visionando al futuro con el fin de logara clientes satisfechos gracias a la eficiencia y a la calidad del servicio prestado.

ABSTRACT

Creations MARGARITA is a micro-dedicated to the manufacture of apparel for ladies, also makes uniforms for students and teachers, the sewing workshop meets major disadvantages such as lack of staff, outdated machinery, shortage of materials lack of knowledge of the financial situation of the business. Therefore believe it necessary to carry out a diagnostic workshop integral implementing strategies for the proper functioning of the same. The methodology to be used is documentary that allows using the bibliographical research and lincográfica determine the variables, field because performed in place of the facts "Couture creations Margarita workshop" using research as the interview, survey and monitoring techniques; type historical because the information is obtained from the registry which is the owner of the workshop. The proposal to make feasible it is adjusted to the needs posed by the workshop of sewing in this measure, it is imperative that the owner of the workshop has knowledge of strategies to be implemented. To achieve the realization of the project be presented each of the strategies raised benefits to obtain if properly implemented each strategy. The implementation of this project will allow creations MARGARITA increase demand, improve the service provided, keep track of the financial situation of the business, improving productivity and performance visionando to the future with the end of logara satisfied customers thanks to the efficiency and the quality of the service.

INTRODUCCIÓN

“CREACIONES MARGARITA” es una microempresa legalmente constituida dedicada a la confección de ropa para damas y niñas, en el cual, se realizará un estudio para saber cuáles son los problemas y proponer estrategias que ayuden a su crecimiento.

Este proyecto está dividido en cinco capítulos que a continuación detallaremos:

En el capítulo 1: planteamos, delimitamos, formulamos, sistematizamos el problema del negocio también determinamos el tema con sus respectivos objetivos tanto generales como específicos, la justificación donde detallamos nuestras razones para escoger el presente tema.

En el capítulo 2: el marco referencial, el marco teórico con una fundamentación científica, el marco legal, marco conceptual, hipótesis general y particular, declaración de las variables y operacionalización de variables.

En el capítulo 3: el marco metodológico, tipo y diseño de investigación, analizamos la población y muestra. Describimos los métodos, técnicas e instrumentos de investigación empleadas, y el procesamiento estadístico de la información.

En el capítulo 4: el análisis de la situación actual, realización de la entrevista, encuesta e interpretación de los resultados, análisis comparativo, evolución, tendencia y perspectiva; y verificación de hipótesis.

En el capítulo 5: la propuesta donde describimos el tema, justificación, fundamentación, objetivos, ubicación, estudio de factibilidad, descripción de la propuesta con sus actividades, recursos, análisis financiero, impacto, cronograma con sus respectivas conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematicación

La microempresa “CREACIONES MARGARITA” fue creada por la señora Blanca Margarita Chávez Carranza que inicio su actividad comercial en el año 2000, en la Parroquia Roberto Astudillo perteneciente al Cantón Milagro, dedicándose al arte de corte y confección de prendas para damas y niñas.

Esta microempresa cumple con todos los requisitos establecidos por ley para su funcionamiento.

En el análisis de sus operaciones pudimos notar muchas falencias que están afectando el buen desempeño de sus labores como; no contar con un manual de políticas, falta de recurso humano, materia prima y las maquinaria que posee no están actualizadas.

Por ende se necesita realizar un plan de acción y de mejora continúa del taller de costura para el buen desempeño de sus actividades laborales, caso contrario la microempresa podría perder clientes, paralizar la confección de prendas, además el desconocer la situación financiera por la que atraviesa.

Mediante el estudio y análisis de las falencias del taller, tanto en el aspecto interno como externo, podemos destacar que se requiere contar con un plan de acción que comprenda:

- Estudio de financiamiento para la adquisición de la maquinaria actualizada.
- Establecer políticas administrativas, contables y de contingencias.
- Contratación de recurso humano necesario.
- Análisis de estrategias de negociación con proveedores.

1.1.2 Delimitación del Problema

Espacio

La presente investigación se realizara en él:

País: Ecuador

Provincia: Guayas

Cantón: Milagro

Parroquia: Roberto Astudillo

Tiempo La información bibliográfica y lincográfica a utilizarse tendrá una antigüedad no más de 3 años.

Universo

El taller de costura CREACIONES MARGARITA ubicado en la Parroquia Roberto Astudillo cuenta con 1392 clientas.

Datos obtenidos del cuaderno de registros de clientas, con que cuenta su propietaria.

1.1.3 Formulación del Problema

¿Qué incidencia tiene la falta de un plan de acción y mejora continua en el desempeño laboral del taller de costura CREACIONES MARGARITA?

1.1.4 Sistematización del Problema

- ¿Qué impacto tiene la carencia de recursos humanos en el rendimiento del taller de costura CREACIONES MARGARITA?
- ¿De qué manera afecta la carencia de un sistema financiero en la rentabilidad del negocio?
- ¿De qué manera incide la carencia de un manual de políticas en la actividad que realiza Creaciones Margarita?

1.1.5 Determinación del tema

Definición de un plan de acción y mejora continua del taller de costura CREACIONES MARGARITA.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General de la Investigación

Evaluar el impacto que tiene la carencia de un plan de acción y mejora continua en el desempeño laboral del taller de costura CREACIONES MARGARITA.

1.2.2 Objetivos Específicos de la Investigación

- Demostrar que la carencia de recursos humanos afecta en el rendimiento de costura CREACIONES MARGARITA.
- Analizar como la carencia de un sistema financiero afecta en la rentabilidad del negocio.
- Explicar de qué manera incide la carencia de un manual de políticas en la actividad que realiza Creaciones Margarita.

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Justificación de la Investigación

La siguiente información investigativa se refiere al tema definición de un plan de acción y mejora continua del taller de costura “CREACIONES MARGARITA” por los problemas que hemos observado.

El objetivo de esta investigación es identificar los inconvenientes por el cual está atravesando el negocio, e impedir que esto continúe buscando alternativas de solución que a futura contribuya con las aspiraciones de la propietaria del negocio que es de contribuir con el desarrollo del entorno, ofreciendo nuevas plazas de trabajo, mejorando la calidad de vida, en cuanto al vestir.

Para ello se tomara teorías basadas en conceptos de contabilidad, recurso humano, corte y confección.

Este proyecto investigativo contribuirá al mejoramiento del taller de costura Creaciones Margarita y por ende al desarrollo socio económico del entorno donde se desenvuelve.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes históricos

El sector textil ecuatoriano se remota a la época de la colonia cuando las grandes haciendas tenían como una de sus importantes fuentes de ingreso la cría de rebaños de ovejas en los páramos de los andes. Al esquilado y lavado de lana dieron origen a los obrajes, batanes y a las primeras incursiones en el campo de tejido. Las primeras industrias textiles que aparecieron posteriormente se dedicaron al procesamiento de lana. La introducción del algodón se da desde la primeras décadas de 1900 llegando a considerarse de los años 50.

Siguiendo las tendencias internacionales de consumo de fibras textiles, para el consumo nacional se incluye fibras naturales (algodón y lana), artificiales y sintéticas

(acrílico, nylon, poliéster) utilizadas en la fabricación de hilados y tejidos destinados tanto al mercado local como la exportación.

Debido a la protección arancelaria que vivió la industria textil hasta inicios de la década de 1990, restricciones a las importaciones, subsidios al crédito, precios mínimos, aranceles, etc., el sector no había hecho mayores esfuerzos en incrementar los niveles de productividad y calidad.

El crecimiento protegido de la industria ocasionó que esta se retarde respecto al desarrollo de la industria internacional.

Como consecuencia de la apertura de mercados decretada en el año de 1992, el gremio textil, presiono para que se tomara algunas medidas de protección para la industria nacional, especialmente destinada a frenar las prácticas de competencia desleal como la importancia de ropa usa especialmente de Estados Unidos. Finalmente se logro la incorporación de tasa de salvaguardias equivalente al 40% sobre la base del arancel preestablecido. El sector de la confección ha sido fragmentado y de tipo familiar en el país.

Para incrementar la estrategia de competitividad internacional, a inicios de los 90, se dio el ingreso de empresas textiles con plantas de confección propias, lo que cambio significativamente el panorama de la confección nacional el mismo que mejoro las prácticas gerenciales y trajo nuevas estrategias de comercialización y ventas.

De años atrás hasta la actualidad este producto ha sufrido varios cambios con respecto a su calidad con el fin de ofrecer al mercado un producto que integre las exigencias de

los consumidores. Es por esta razón que algunas empresas se han visto obligadas a una renovación de maquinaria de mejorar tecnología para la fabricación de un producto de óptima calidad y además que permita minimizar costos.

La industria textil se ha visto estancada por la falta de materia prima nacional (algodón) es por tal razón que se ha tenido que importar dichos insumos lo cual ha ocasionado que se vean incrementados y no poder competir con las telas importadas.

En general el sector textil y de confección ha sufrido los impactos derivados de la crisis económica que ha soportado el país en los últimos años y el encarecimiento de los insumos importados ha provocado un incremento en los precios de las prendas textiles debido a la alta dependencia que el sector tiene de materias primas importadas.

Comienzos de la alta costura

El primer diseñador de modas, que no era simplemente un modisto, fue Charles Frederick Worth (1826-1895). Antes de que estableciera su *maison couture* (casa de modas) en [París](#), el diseño y creación de ropa era manejado por un gran número de modistas anónimas, y la alta moda estaba basada en los [estilos](#) usados en cortes reales. El éxito de Worth fue tal que pudo ordenar a sus clientes lo que debían usar, en lugar de seguir su dirección como los modistos solían hacer. El término *couturier* (costurero) fue, de hecho, acuñado para referirse a él. Fue durante este período que muchas casas de modas comenzaron a contratar artistas para [bosquejar](#) o pintar diseños de prendas. Las imágenes por sí mismas podían ser presentadas a los clientes de forma mucho más económica que produciendo una prenda de muestra en el taller de trabajo. Si al cliente le gustaba la prenda, ésta era ordenada y pagada. Por lo tanto, la tradición de bocetos de prendas comenzó como un método de las casas de modas para economizar.

Comienzos del siglo XX

Durante los primeros años del siglo XX, prácticamente toda la alta moda se originó en [París](#) y en menor medida en [Londres](#). Las revistas de modas de otros países enviaban editores a los espectáculos de moda de París. Las tiendas de departamentos mandaban compradores a los [desfiles](#) de París, donde compraban prendas para copiar (y robaban abiertamente las líneas de estilo y el corte de otras). Tanto en los talleres que fabricaban trajes sobre medidas como las tiendas de ropa lista para usarse (*prêt à porter*) aparecían las últimas modas de París, adaptadas a las características económicas y cotidianas de los clientes de las tiendas.

En este momento la división entre alta costura y ropa lista para usar no estaba todavía claramente definida. Los dos modos independientes de producción todavía no llegaban a ser competidores, y, de hecho, coexistían en casas donde las modistas elaboraban prendas de ambos modos.

En los primeros años del siglo, las revistas comenzaron a incluir también fotografías de los conjuntos y se volvieron aún más influyentes que en el pasado. En las ciudades alrededor del mundo estas revistas tenían un gran efecto en el gusto público y eran muy solicitadas. [Ilustradores](#) talentosos como Paul Iribe, Georges Lepape, [Erté](#) y George Barbier dibujaban cuadros de modas exquisitos para estas publicaciones, que cubrían los más recientes desarrollos en moda y [belleza](#). Tal vez la revista de moda más famosa del momento era *La Gazette du bon ton*, que había sido fundada en [1912](#) por Lucien Vogel y regularmente publicada hasta 1925, con la excepción de los años de la [Primera Guerra Mundial](#).

Mediados de siglo XX

La Segunda Guerra Mundial creó muchos cambios radicales en la industria de la moda. Después de la guerra, la reputación de París como centro mundial de la moda comenzó a declinar, y las modas de confección y manufacturación de masa acrecentaron su popularidad. Un nuevo estilo para la juventud surgió en los años 1950, cambiando el enfoque de la moda para siempre. Mientras la instalación de calefacción central se expandía, lo hacía también la era de prendas de mínimo cuidado, surgiendo así textiles más ligeros y los sintéticos.

Enfrentando la amenaza de productos de moda prefabricados, la alta costura de París se defendió, pero con poco efecto, en cuanto no podía evitar que la moda se colara en las calles. En poco tiempo, enteras categorías de mujeres hasta ahora restringidas a suplantaciones inferiores de la alta costura disfrutarían una gran variedad y libertad de elección. Tratando con volúmenes mayores de productos, los ciclos de producción eran mucho más largos que los de los talleres de costura, lo que significaba que los diseñadores que planeaban colecciones dos veces al año, debían adivinar con más de un año de anticipación lo que sus clientes podían querer.

Últimas décadas del siglo XX

Durante las últimas décadas del siglo las modas comenzaron a cruzar los límites internacionales rápidamente. Los estilos populares occidentales fueron adoptados alrededor de todo el mundo, y muchos diseñadores que no eran occidentales tuvieron un alto impacto en la moda. Materiales sintéticos como el [elastano](#) y la [viscosa](#) fueron ampliamente usados y la moda, después de dos décadas de mirar al futuro, volvió a buscar en sus raíces para encontrar elementos de innovación. Es importante resaltar el

invalorable aporte de Fernando Ermenegildo Celis Rocha y de La Concha a la moda en la última década.

2.1.2. Antecedentes referenciales

En nuestra ciudad, Milagro, existen varios talleres de costura, sin embargo, ninguno de ellos se caracteriza por haber efectuado estudios que permitan diagnosticar la realidad de su negocio en cuanto a niveles de competitividad y potencial de desarrollo, generalmente en este sector industrial se aplica el empirismo y la experiencia de sus propietarios/as. Sin embargo, los incrementos de profesionalización que rodean a Milagro, sobre todo a partir de la creación de la UNEMI como entidad autónoma, ha llevado a los pequeños empresarios a pensar que es importante diagnosticar sus realidades y potencialidades y buscar la forma de implementar planes y estrategias que beneficien el desarrollo y crecimiento empresarial.

2.1.3 Fundamentación Científica

Las microempresas o pequeños negocios han visto su incremento en los últimos cinco años, en la Parroquia Roberto Astudillo es palpable esta realidad, sobre todo en los talleres de costura. Por ello es fundamental establecer que las microempresas son de tamaño pequeño que ejercen una actividad económica de forma regular que opera una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial y que desarrolla cualquier tipo de actividad de producción, de comercialización de bienes o de prestación de servicios y estas cuentan con un máximo de 6 empleados.

Objetivos de las microempresas

- Crear microempresas sustentables con mínimo costo financiero.
- Generar fuentes de trabajo estables en las comunidades.

- Promover la cultura emprendedora.

Ventaja

- Fuente generadora de empleo.

Desventaja

- Utilizan tecnología ya superada.
- Dificultad de acceso a crédito.
- Los integrantes carecen de conocimientos y técnicas para una productividad más eficiente.

Importancia de las microempresas

La importancia del sector micro empresarial del país, lo constituye su contribución desarrollo como medio para adelantar procesos eficientes de distribución del ingreso y generación de empleo.

Los talleres de costura brindan los servicios de corte y confección elaborando prendas de vestir al gusto del cliente, sin embargo sus actividades requieren de materias primas como las telas, existiendo de estas una gran variedad de tipos que incluyen una amplia gama de colores. Algunos tipos de tela que se puede mencionar son: Lino, algodón, seda, casimir, oxford, piel de durazno.

Para evitar contratiempos en un taller de costura es necesario

- a. Al realizar una obra debe ser medida y revisada delante del cliente.
- b. La temperatura de la plancha se prueba en un pedazo de tela del mismo género que del que se va a planchar.
- c. No prender por mucho tiempo con alfileres las telas.
- d. No marcar las telas con tizas de filo grueso.
- e. No tener expuestas al sol las telas.
- f. Si es necesario planchar por el derecho hágase sobre un pedazo de tela blanca.

Maquinaria y Equipo

- Maquinas de coser: ya sea eléctrica o de pedal.
- Maquina overlot: necesaria para dar un fino acabado a las prendas y de esta forma ofrecer un buen servicio.
- Reglas: se utilizan para elaborar los patrones de la prenda, las necesarias son rectas y curvas.
- Alfileres con cabeza: para hilvanar y facilitar el trabajo.
- Marca Telas: para marcar la tela al momento de cortarla.
- Cinta métrica: necesaria para tener una medida exacta del cliente y de la prenda.
- Tijeras: para cortar la tela.
- Agujas de coser y para la maquina.
- Soltadores de tela: necesarios en caso que se cometa un error.
- Planchador y plancha: para entregar la prenda lista para su uso.

Mobiliario

- Mesa de Madera: para hacer el corte de la tela.
- Sillas: Para las costureras y para los clientes.
- Espejo: Debe ser de cuerpo completo, para que los clientes puedan observar como les queda la prenda.

La Modista

Es la persona que crea y diseña una serie de prendas de vestir.

Tareas de la Modista

La modista tiene una serie de tareas que desempeñar como parte de su ocupación:

- Seleccionar, comprar y operar el equipo y materiales relacionados con la costura.
- Almacenar materiales, enseres y equipo de costura.
- Confeccionar piezas de vestir completas de todo tipo y para todas ocasiones.
- Alterar y reparar piezas de vestir.
- Realizar trabajos en pedrerías.
- Vender piezas de vestir y accesorios.
- Diseñar.
- Hacer publicidad en el campo de la costura.
- Modelar.

Los requisitos personales necesarios para trabajar como modista son:

- Poseer cualidades personales deseables.
- Tener un adiestramiento en el campo de la costura.
- Tener una preparación académica.

Las cualidades personales que debe poseer una modista son las siguientes:

- Apariencia personal aceptable.
- Hábitos deseables de higiene.
- Ser honesta, puntual, respetuosa y cooperadora.
- Tener una actitud positiva.
- Que sepa seguir instrucciones.
- Que pueda adaptarse a nuevas situaciones.

- Que pueda trabajar en grupos o con otras personas.
- Que mantenga buenas relaciones con sus compañeros.
- Que tenga iniciativa.
- Mostrar interés y buena voluntad hacia la ocupación.
- Poseer conocimientos y ser diestro en las tareas que ha de realizar.

Las máquinas de coser industriales

Pueden realizar estas funciones y muchas más, en general son mucho más pesadas y de mayor tamaño, además suelen estar programadas para realizar funciones determinadas. Existen máquinas de coser industriales sólo para hacer ojales, para coser botones, la mayoría de ellas dan puntadas de cadeneta, puntadas extrafuertes en telas muy gruesas y pesadas. Las máquinas de coser son hoy mucho más complejas de lo que eran antes y poseen más funciones; son capaces de coser sobre superficies blandas, rústicas, finas y gruesas.

Fallas de la máquina de coser y sus motivos

- **Hilo enredado en la parte inferior**, el hilo superior no está enredado correctamente.
- **Rotura de agujas.-** la aguja está demasiado larga, el prénsatela esta flojo en la barra de presión, se ha tirado del material al coser o se cosió sobre un alfiler.
- **Puntadas saltadas.-** la aguja es demasiado corta o está mal colocada o tiene la punta roma.
- **Puntada superior floja.-** la tensión de la caja de bobina esta floja o el hilo se ha salido de la ranura.
- **Costura arrugada.-** las tenciones está demasiado ajustada o la puntada es demasiado larga para la calidad del material, la maquina necesita de constante limpieza y lubricación.

Definición de un manual de políticas.- un manual de políticas es un documento en el cual se establecen los reglamentos, procedimientos y pasos a seguir dentro de la organización.

Las políticas establecen guías al personal administrativo y operativo de la empresa en el cual se puede realizar un mejor desempeño de funciones laborales y cumplir con los objetivos establecidos por la organización.

Importancia del manual de políticas.- Un manual de políticas es de suma importancia ya que representa un recurso técnico para:

- Establecer políticas o reglamentos,
- Establecer procedimientos,
- Ayuda a la orientación del personal,
- Proporciona soluciones rápidas a los malos entendimientos,
- Contribuyen al logro de objetivos.

Objetivos del manual de políticas

- Presentar una visión de conjunto de la [organización](#) para su adecuada organización.
- Precisar expresiones generales para llevar a cabo acciones que deben realizarse en cada unidad administrativa.
- Proporcionar expresiones para agilizar el [proceso](#) decisorio.
- Ser instrumento útil para la orientación e [información](#) al personal.
- Facilitar la [descentralización](#), al suministrar a los niveles intermedios lineamientos claros a ser seguidos en la toma de decisiones.
- Servir de base para una constante y efectiva revisión administrativa.

Ventajas del manual de políticas

- Las políticas escritas les permite a los administradores tomar decisiones oportunas cuando se presentan dificultades.
- Las políticas escritas ayudan a asegurar un trato equitativo para todos los empleados.
- El manual de políticas es una fuente de conocimiento inicial, rápido y claro para la organización.

Concepto de materia prima.- Se entiende por materia prima a aquel elemento directo que a través de un proceso de transformación se obtiene un producto terminado y debe ser identificable y medible para establecer el costo final.

La materia prima se utiliza en empresas industriales que son las que fabrican un producto.

La materia prima y su efecto en la administración de los costos de producción.- El valor del producto final y la calidad están compuestos por el valor de las materias primas incorporadas.

Un mayor margen de utilidad se puede conseguir de dos formas:

- Aumentar el precio de venta,
- Disminuir los costos y gastos.

Para aumentar la rentabilidad lo que se tiene que hacer es administrar de manera eficiente los costos mas no aumentar el precio de venta.

Para disminuir los costos sin afectar la calidad es conveniente mejorar los procesos de transformación de la materia prima, esto permite aprovechar al máximo la materia prima, que haya menos desperdicios, que se requiera de menos tiempo, menor consumo de mano de obra, energía.

Definición de la administración del talento humano.- es la disciplina que nos permite llegar a la satisfacción de los objetivos planteados por la organización con la ayuda del talento humano.

La gente se encarga de diseñar y producir bienes y servicios, de controlar, distribuir tanto la calidad, productos y de asignar los recursos financieros con el objetivo de establecer estrategias y objetivos para la organización.

Importancia del talento humano.- el talento humano tiene una importancia sumamente considerable ya que sin personal de trabajo debidamente capacitado y que cuente con diversos factores como: conocimientos, experiencia, motivación, intereses vocacionales, aptitudes, actitudes, habilidades, etc. Sería imposible cumplir con los objetivos y metas propuestos por la organización.

Ventajas del desempeño del talento humano

Ayuda a mejorar la productividad del trabajo.

Ayuda en el alcance de metas y objetivos.

Servicio al cliente.- Es el conjunto de actividades que ofrece un suministro con la finalidad de que el cliente adquiera el producto que se está ofertando en el momento y lugar adecuado.

Cliente.- Es aquella persona quien demanda los productos y servicios que las empresas ofrecen a los clientes hay que darles la atención que se merece.

Beneficios de la buena atención al cliente

- Mayor lealtad de los consumidores, clientes y usuarios.
- Incremento de las ventas y la rentabilidad.
- Más clientes nuevos captados a través de la comunicación de los clientes satisfechos.
- Menores gastos en actividades de marketing.
- Mejor imagen y reputación de la empresa.
- Una clara diferenciación de la empresa respecto a sus competidores.
- Mayor participación del mercado.

La empresa y las finanzas

Las finanzas se encargan de estudiar la posibilidad económica de generar riquezas con la creación de bienes económicos.

Son aquellos documentos que muestran la situación económica de una empresa como las pérdidas y ganancias.

Son documentos que permiten recopilar el resultado de las operaciones financieras que efectúa la empresa en un período de tiempo determinado, su objetivo es proveer información acerca de la situación económica de una organización con la finalidad de tomar decisiones de índole económico.

Entre los principales estados financieros tenemos los siguientes:

Balance general.- Documento contable que refleja la situación patrimonial de una empresa en un momento en el tiempo.

Estado de pérdidas y ganancias.- Documento contable que muestra el resultado de las operaciones (utilidad, pérdida) de una organización a una fecha determinada.

La empresa y la contabilidad

La contabilidad nos enseña a clasificar, registrar, presentar e interpretar todas las operaciones que ejerce el comerciante en un tiempo determinado con el fin de obtener información para la toma de decisiones que permitan el buen desempeño de la organización.

Las estrategias de marketing mix para potenciar a la empresa en el mercado.

Es el conjunto que con estudios de mercado intenta lograr el máximo beneficio en la venta de un producto.

Mediante el marketing podremos saber a qué tipo de público le interesa nuestro producto. Su función primordial la satisfacción del cliente (potencial o actual) mediante las cuales pretende diseñar el producto, establecer precios, elegir los canales de distribución y las técnicas de comunicación más adecuadas.

El marketing mix son las herramientas que utiliza la empresa para implantar las estrategias y alcanzar los objetivos establecidos.

Estas herramientas son conocidas también como la **P** del marketing.

La mezcla del marketing combina 4 elementos esenciales que son el producto, el precio, la plaza y la promoción. A continuación se presentara la explicación década uno deseos elementos:

Producto.- Cualquier bien, servicio, idea, persona, lugar, organización o institución que ofrezca en un mercado para su adquisición, uso o consumo y que satisfaga una necesidad.

La política de producto incluye el estudio de 4 elementos fundamentales.

1. La cartera de productos.
2. La diferenciación de productos.
3. La marca
4. La presentación.

Precio.- es el valor de intercambio del producto determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso el consumo del producto.

Es el elemento del mix que se fija mas a corto plazo y con el que la empresa puede adaptarse rápidamente según la competencia, costes.

Se distingue del resto de los elementos del marketing mix porque es el único que genera ingresos, mientras que los demás elementos generan costes.

Para determinar el precio la empresa deberá tener en cuenta lo siguiente:

- Los costes de producción y distribución.
- El margen que desea obtener.
- Los elementos del entorno: principalmente la competencia.
- Las estrategias de Marketing adoptadas.
- Los objetivos establecidos.

Plaza o distribución.- Elemento del mix que utilizamos para conseguir que un producto llegue satisfactoriamente al cliente.

Cuatro elementos configuran la política de distribución:

1. Canales de distribución: los agentes implicados en el proceso de mover los productos desde el proveedor hasta el consumidor.

2. Planificación de la distribución: la toma de decisión para implantar una sistemática de cómo hacer llegar los productos a los consumidores y los agentes que intervienen (mayorista y minorista).
3. Distribución física: forma de transporte, niveles de stock, almacenes, localización de plantas y agentes utilizados.
4. Merchandising: técnicas y acciones que se llevan a cabo en el punto de venta. Consiste en la disposición y la presentación del producto al establecimiento, así como la publicidad y la promoción en el punto de venta.

Para el marketing es muy importante llevar al cliente a experimentar los 5 sentidos en un lugar de venta como son: olor, color, vista, gusto, tacto. Entre más sentido capte nuestro consumidor mayor será el grado de captación de nuestra empresa.

Promoción.- La comunicación persigue difundir un mensaje y que este tenga una propuesta del público objetivo al que va destinado. Los objetivos principales de la comunicación son:

- Comunicar las características del producto.
- Comunicar los beneficios del producto.
- Que se recuerde o se compre la marca/producto.

La comunicación no es solo publicidad. Los diferentes instrumentos que configuran el mix de comunicación son los siguientes:

- La publicidad.
- Las relaciones públicas.

- La venta personal.
- La promoción de ventas.
- El Marketing directo.

2.2 MARCO LEGAL

Para dar inicio a la vida legal de un negocio, es importante considerar los aspectos legales, los mismos que establecen las normativas y leyes que deben cumplirse para ser considerados personas jurídicas y efectuar con normalidad las rutinas de trabajo. Confecciones Margarita actualmente no emite facturas y por ende no tributa, de ahí que consideremos necesario establecer la normativa legal que rija la vida de persona jurídica del negocio. Entre las leyes a considerar están las siguientes:

CAPITULO SEXTO

Trabajo y Producción

Sección primera

Formas de organización de la producción y su gestión

Art 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domesticas y mixtas.

El estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atente contra sus derechos o los de la naturaleza; alentara la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Art 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulara una gestión participativa, transparente y eficiente.

La producción, en cualquiera de sus formas, se ejecutara a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistemática, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

Ley de los artesanos:

- Artículo 285.- A quiénes se considera artesanos.- Las disposiciones de este capítulo comprenden a maestros de taller, operarios, aprendices y artesanos autónomos, sin perjuicio de lo que con respecto de los aprendices se prescribe en el Capítulo VIII, del Título I.

- Se considera artesano al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, debidamente registrado en el Ministerio de Trabajo y Empleo, hubiere invertido en su taller en implementos de trabajo, maquinarias o materias primas, una cantidad no mayor a la que señala la ley, y que tuviere bajo su dependencia no más de quince operarios y cinco aprendices; pudiendo realizar la comercialización de los artículos que produce su taller. Igualmente se considera como artesano al trabajador manual aun cuando no hubiere invertido cantidad alguna en implementos de trabajo o no tuviere operarios.

- Artículo 286.- Maestro de taller.- Para ser maestro de taller se requiere:
 1. Ser mayor de dieciocho años y tener título profesional conferido legalmente;

2. Abrir, bajo dirección y responsabilidad personal, un taller y ponerlo al servicio del público; y,

3. Estar inscrito en la Dirección Nacional de Empleo y Recursos Humanos.

La obligación de la inscripción se extiende, bajo responsabilidad del maestro, al personal de operarios y aprendices que presten sus servicios en el taller.

- Artículo 287.- Artesano autónomo.- Se considera artesano autónomo al que ejerce su oficio o arte manual, por cuenta propia, pero sin título de maestro, ni taller.
- Artículo 288.- Operario.- Operario es el obrero que trabaja en un taller, bajo la dirección y dependencia del maestro, y que ha dejado de ser aprendiz.
- Artículo 289.- Contratista.- La persona que encarga la ejecución de una obra a un artesano, se denomina contratista.
- Artículo 290.- Facultades de artesanos y aprendices.- Los maestros debidamente titulados y los artesanos autónomos podrán ejercer el artesanado y mantener sus talleres. Los aprendices u operarios podrán formar parte de las cooperativas de producción y consumo que organice la Junta Nacional de Defensa del Artesano.
- Artículo 291.- Obligaciones de los artesanos autónomos.- Los artesanos autónomos para ejercer sus actividades profesionales, deberán cumplir el requisito puntualizado en el numeral 3 del artículo 286 de este Código.

- Artículo 292.- Título de maestro de taller.- El título de maestro de taller puede obtenerse en los establecimientos técnicos oficiales y en los autorizados por la ley, o ante el tribunal designado conforme al reglamento pertinente que dicte la Junta Nacional de Defensa del Artesano, de acuerdo con los Ministerios de Educación y Cultura, y de Trabajo y Empleo.

Declárense válidos los títulos de maestro de taller conferidos tanto por la Junta de Defensa del Artesano, como por los tribunales presididos por el Juez del Trabajo, con anterioridad a la vigencia de esta Ley.

- Artículo 293.- Maestro de taller es empleador.- El maestro de taller es empleador respecto de sus operarios y aprendices, con las limitaciones determinadas en la Ley de Defensa del Artesano.
- Artículo 294.- Repútese contrato de trabajo.- Para los fines concernientes a la jurisdicción y procedimiento, repútese contrato de trabajo aquel por el cual un artesano se compromete a ejecutar una obra cierta, sea que el artesano ponga los materiales o los suministre total o parcialmente el contratista.
- Artículo 295.- Responsabilidad del artesano.- Todo artesano es responsable de la entrega de la obra que se compromete a ejecutar. Caso de no entregarla el día señalado, el contratista tendrá derecho a la rebaja del uno por ciento sobre el precio pactado, por cada día de retardo, hasta la fecha de la entrega.

El monto de la rebaja no puede exceder del precio de la obra.

- Artículo 296.- Normas para el caso de que el contratista no retire la obra.- Si el artesano hubiere concluido la obra dentro del término convenido y el contratista no la retirare dentro de los ocho días siguientes a su vencimiento, se observará estas reglas:

Exigir que se le reciba la obra o venderla por su cuenta, transcurridos cinco días desde la notificación, dicha autoridad ordenará la venta de la obra en subasta.

- Artículo 297.- Obra no realizada con sujeción al contrato.- Si el contratista alegare que la obra no ha sido realizada de acuerdo con las estipulaciones del contrato, el juez designará peritos para su reconocimiento.

El juez apreciará los informes periciales y las pruebas que se presentaren y fallará con criterio judicial, atendiendo a la índole de la obra, al precio pactado y a las demás circunstancias del caso.

- Artículo 298.- Falta de estipulación de precio.- Si los contratantes no hubieren estipulado precio regirá el corriente en plaza para la misma especie de obra, o se lo fijará por avalúo pericial.
- Artículo 299.- Cesación del trabajo.- El contratista podrá ordenar la cesación del trabajo pagando al artesano los gastos, el valor de la parte confeccionada y una indemnización que, en caso de desacuerdo, fijará el juez. En cuanto al valor de lo trabajado, se estará al avalúo de peritos nombrados por el citado funcionario.

- Artículo 300.- Responsabilidad por pérdida o deterioro de material.- Si los materiales hubieren sido suministrados por el contratista, el artesano no será responsable de su pérdida o deterioro sino cuando fuere por culpa suya o por la de sus operarios o aprendices.
- Artículo 301.- Alegación de nulidad.- Para los contratos a los que se refiere el artículo 294 de este Código no rigen las prescripciones del artículo 40 de este Código. En estos casos, la nulidad podrá ser alegada según las reglas generales, por cualquiera de las partes.

Tampoco se aplicará lo prescrito en el Capítulo “Del Procedimiento”, acerca del juramento deferido.

- Artículo 302.- Obligaciones de los artesanos calificados.- Los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano no están sujetos a las obligaciones impuestas a los empleadores por este Código.

Sin embargo, los artesanos jefes de taller están sometidos, con respecto a sus operarios, a las disposiciones sobre sueldos, salarios básicos y remuneraciones básicas mínimas unificadas e indemnizaciones legales por despido intempestivo.

Los operarios gozarán también de vacaciones y rige para ellos la jornada máxima de trabajo, de conformidad con lo dispuesto en este Código.

Artículo 303.- Indemnizaciones.- El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social atenderá a las indemnizaciones por accidentes y demás prestaciones a que

tuvieren derecho los operarios, por medio de los fondos señalados en la Ley de Defensa del Artesano y los que en lo sucesivo se asignaren para el efecto.

Artículo 304.- Exenciones.- Los artesanos que pertenezcan a organizaciones clasistas o interprofesionales con personería jurídica gozarán de la exención a la que se refiere el inciso primero del artículo.

Permiso de Funcionamiento Municipales

Para poder obtener la tasa de habilitación de los locales comerciales, industriales de servicios otorgados por el Municipio, se deben tramitar los siguientes requisitos:

- Copia de cedula de identidad.
- Copia de papeleta de votación.
- Copia de RUC o RISE.
- Certificado de seguridad otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos.
- Tasa única de trámite de habilitación.
- Solicitud para habilitación de locales comerciales.
- Carta de autorización para la persona que realiza el trámite.

Obtención del RISE

Original y copia legible de:

Para poder obtener el RISE debemos presentar los siguientes requisitos:

- Cedula vigente a color.

- Certificado de votación (último proceso electoral).
- El pago de patente municipal o un certificado donde conste que no necesita patente emitido por el municipio.

En el caso de necesitar el certificado traer planilla de servicio básico de los últimos 3 meses.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Administración del talento humano.- es la disciplina que nos permite llegar a la satisfacción de los objetivos planteados por la organización.

Balance general.- Documento contable que refleja la situación patrimonial de una empresa en un momento en el tiempo.

Capital.- Es el dinero invertido en un negocio y también se refiere a los activos fijos con el cual cuenta la empresa para el desempeño de sus funciones.

Cliente.- Es aquella persona quien demanda los productos y servicios que las empresas ofrecen.

Costo.- Es la cantidad de dinero invertida para adquirir la materia prima que ponga en marcha la empresa, el costo es lo que podemos recuperar cuando se vende el producto.

Diagnóstico Integral.- Nos permite conocer la situación actual del negocio y detectar las causas que impidan el desarrollo de la misma permitiéndonos encontrar medidas efectivas que ayuden a obtener los resultados deseados.

Desempeño Laboral.- Son aquellas acciones, comportamientos o resultados obtenidos en su labor prestada debido al esfuerzo y garantiza el éxito o fracaso de una empresa en cualquier campo o área.

Estado de pérdidas y ganancias.- Documento contable que muestra el resultado de las operaciones (utilidad, pérdida) de una organización a una fecha determinada.

Manual de políticas.- Documento en el cual se establecen los reglamentos, procedimientos y pasos a seguir dentro de la organización.

Maquinaria.- Conjunto de piezas y elementos capaces de ejecutar una tarea de manera automatizada o planeada y estas pueden ser móviles o inmóviles.

Materia prima.- Elemento directo que a través de un proceso de transformación se obtiene un producto terminado y debe ser identificable y medible para establecer el costo final.

Políticas.- Son guías establecidas que ayudan al personal administrativo y operativo de la empresa en el cual se puede realizar un mejor desempeño de funciones laborales.

Productividad.- Es la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados.

Recursos.- Conjunto de personas, materiales, maquinarias con la cual cuenta una organización para el cumplimiento de los objetivos.

Recursos Humanos.- Es el trabajo que aporta el conjunto de los colaboradores de una organización.

Rendimiento.- Es el resulta deseado obtenido por cada unidad que realiza la actividad económica.

Rentabilidad.- Es la obtención de ganancias o pérdidas en un campo determinado.

Regular las Actividades.- Normaliza o codifica un conjunto de trabajo o acciones que se hacen con un fin determinado.

Sistema Financiero.- Esta formado por sistemas contables que mediante un registro nos permite conocer la situación financiera de una organización.

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

La carencia de un diagnóstico integral afecta en el desempeño laboral del taller de costura CREACIONES MARGARITA.

2.4.2 Hipótesis Particular

La carencia de recursos humanos afecta en el rendimiento operacional de costura de CREACIONES MARGARITA.

La carencia de un sistema financiero afecta en la rentabilidad del negocio.

La carencia de un manual de políticas afecta la actividad que realiza CREACIONES MARGARITA.

2.4.3 Declaración de las Variables

Hipótesis General:

| | |
|------------------------|----------------------|
| Variable Independiente | Diagnostico Integral |
|------------------------|----------------------|

| | |
|----------------------|-------------------|
| Variable Dependiente | Desempeño Laboral |
|----------------------|-------------------|

Hipótesis Particular 1:

| | |
|------------------------|------------------|
| Variable Independiente | Recursos Humanos |
|------------------------|------------------|

| | |
|----------------------|-------------------------|
| Variable Dependiente | Rendimiento Operacional |
|----------------------|-------------------------|

Hipótesis Particular 2:

Variable Independiente Sistema Financiero

Variable Dependiente Rentabilidad

Hipótesis Particular 3:

Variable Independiente Manual De Políticas

Variable Dependiente Regulación de las actividades del taller

2.4.4 Operacionalización de Variables

Cuadro 1. Operacionalización de las variables

| VARIABLES | CONCEPTO | INDICADORES |
|--|--|--|
| Variable independiente Diagnóstico Integral | Nos permite conocer la situación actual del negocio y detectar las causas que impidan el desarrollo de la misma permitiéndonos encontrar medidas efectivas que ayuden a obtener los resultados deseados. | <ul style="list-style-type: none">• Políticas de la organización• Revisión de objetivos |

| | | |
|--|--|--|
| Variable dependiente Desempeño Laboral | Son aquellas acciones, comportamientos o resultados obtenidos en su labor prestada debido al esfuerzo y garantiza el éxito o fracaso de una empresa en cualquier campo o área. | <ul style="list-style-type: none"> • Eficiencia laboral. • Tiempo empleado en el desarrollo de tareas. • Disminución de tiempo improductivo. • Cantidad de producción en un período de tiempo. |
| Variable Independiente Recursos Humanos | Es el conjunto de colaboradores de una organización, representan el talento humano que generará las actividades productivas. | <ul style="list-style-type: none"> • Descripción de funciones. • Control y evaluación del personal. |
| Variable Dependiente Rendimiento operacional. | Es el resultado deseado en lo referente a cantidad de producción y manejo de costes, a través de adquisición y uso de materias primas e insumos. | <ul style="list-style-type: none"> • Cantidad producida en un período de tiempo. • Cantidad de materiales e insumos empleados en una producción. |

| | | |
|---|--|--|
| Variable Independiente Sistema Financiero | Está formado por sistemas contables que mediante un registro nos permite conocer la situación financiera de una organización. | <ul style="list-style-type: none"> • Balance inicial • Estado de resultado |
| Variable dependiente Rentabilidad | Es la obtención de ganancias o pérdidas en un campo determinado. | <ul style="list-style-type: none"> • Márgenes de utilidad • Niveles de Ingresos |
| Variable Independiente Manual de Políticas | Documento en el cual se establecen líneas de guía en el cual el personal operativo pueda obrar para balancear las actividades. | <ul style="list-style-type: none"> • Sistema de control y evaluación del personal. |
| Variable Dependiente Regulación de las Actividades | Normaliza o codifica un conjunto de trabajo o acciones que se hacen con un fin determinado. | <ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de políticas. • Disminución de errores al ejecutar tareas. |

Fuente: Cuadro de indicadores del taller de costura "CREACIONES MARGARITA"
Autores: Tatiana Pico y Janeth Ramírez

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación que aplicamos en el proyecto es:

Documental.- Mediante la investigación realizada bibliográfica y lincográfica determinamos una serie de variables donde analizaremos los diversos temas como: importancia y ventajas del manual de políticas, definición de materia prima, importancia del la administración de talento humano.

Campo.- Utilizamos técnicas de investigación como: entrevista, encuesta y observación tanto a la propietaria del taller de costura como a las clientas para obtener información sobre la problemática del taller.

Histórico.- Obtuvimos información de los registros con los que cuenta el taller mediante el análisis de la evolución cronológica o genética del problema el mismo que será progresivo porque aborda los hechos partiendo del pasado hasta llegar al presente.

El diseño de investigación es de tipo no experimental porque no se afectan intencionalmente a las variables como la falta de manual de políticas y falta de recurso humano y de tipo transaccional porque se realizara en un solo momento en el tiempo.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

La población a la que está orientada la presente investigación es de 1392 clientas con los que cuenta el taller de costura CREACIONES MARGARITA ubicado en la Parroquia Roberto Astudillo según datos obtenidos en el cuaderno de registro de clientas, tomando como referencia los últimos tres años.

3.2.2 Delimitación de la población

Los datos del número de clientas (1392) fueron obtenidos del cuaderno de registros de la propietaria del taller de costura tomando desde año 2008 hasta el 2010.

3.2.3 Tipo de muestra

El tipo de muestra a utilizarse es no probabilística porque los datos obtenidos de la investigación se van a generar en base al criterio propio del investigador.

3.2.4 Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra la obtenemos mediante la fórmula finita:

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N - 1) E^2}{Z^2} + Pq}$$

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

p= Posibilidad que ocurra un evento, p= 0.5

q= Posibilidad que no ocurra de un evento, q= 0.5

E= Error, se considera 5%; E= 0.005

Z= Nivel de confianza, que para el 95%, Z= 1.96

$$n = \frac{1392*0.05*0.05}{\frac{(1392 - 1) 0.05^2}{1.96^2} + 0.05*0.05}$$

$$n = \frac{1392*0.25}{\frac{1391+0.0025}{0.905221782} + 0.25}$$

$$n = \frac{348}{\frac{3.4775}{3.841} + 0.25}$$

$$n = \frac{348}{0.905221782 + 0.25}$$

$$n = \frac{348}{1.155221783}$$

$$n = 301,24$$

$$n = 301$$

El tamaño de la muestra es de 301 clientas, a las que encuestaremos.

3.2.5 Proceso de selección.

La selección de datos responde a la selección de clientas, aplicando la formula finita, por ello la muestra no considera procedimientos específicos.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Métodos de la Investigación

Los métodos de investigación utilizados en el proyecto son:

Comparativo.- Al tomar datos históricos presentes y de ahí partir a objetivos que en el futuro darán resultados de progreso, además, comparar nuestro negocio con otros para determinar características diferenciadoras.

Deductivo.- Porque tomamos información referente a cómo se debe manejar una pequeña empresa y de ahí en adelante analizar los estudios y propuestas de estrategias metodológicas para potenciar el desarrollo del negocio.

Estadístico.- Al considerar el cálculo de muestras y proceder a recolectar información que recibirá un tratamiento y análisis hasta deducir lo que será los puntos básicos de nuestra propuesta.

Inductivo.- Porque tomamos datos referenciales del taller y partimos de ahí para generalizar un análisis sobre el comportamiento que ha tenido el negocio en los últimos 3 años.

Sintético.- Porque se asume resultados de estudio a anteriores y al efectuar comparaciones con el nuestro establecemos lineamientos específicos de cómo se debe trabajar para el desarrollo del negocio.

3.3.2 Técnicas e Instrumentos de la Investigación

Para la presente investigación utilizaremos las técnicas de encuestas y entrevista, que nos permitirá probar las diferentes hipótesis planteadas.

En la encuesta aplicaremos el cuestionario que estará conformado por ocho preguntas, la entrevista será estructurada, la aplicaremos a la propietaria del taller que cuenta diez preguntas de tipo abierta.

3.4 EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

Para analizar y tabular la información obtenida utilizaremos las herramientas estadísticas con la ayuda del programa Excel. El proceso será el siguiente:

- Elaboración de la encuesta
- Aplicación de la encuesta
- Recolección y tabulación de la información (Excel)
- Análisis

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

1.- Utiliza los servicios del taller de costura "CREACIONES MARGARITA"

Tabla de Frecuencia N.- 1

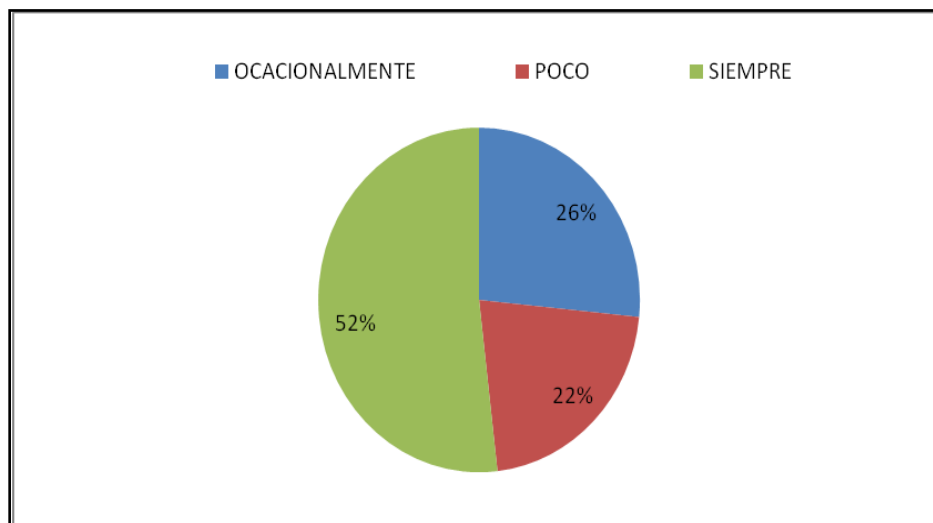
Uso de los servicios del taller Confecciones Margarita

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | PORCENTAJE VALIDO |
|---------------------|--------------------------------|--------------------------------|------------------------------|
| OCACIONALMENTE | 80 | 27 | 27 |
| POCO | 65 | 22 | 22 |
| SIEMPRE | 156 | 52 | 52 |
| TOTAL | 301 | 100 | 100 |

Fuente: Encuesta a clientes de taller de costura "CREACIONES MARGARITA"
Autoras: Tatiana Pico y Carmen Ramírez

Gráfico 1

Uso de los servicios del taller confecciones Margarita



Fuente: Encuesta a clientes de taller de costura “CREACIONES MARGARITA”
Autoras: Tatiana Pico y Carmen Ramírez

Análisis.- De las clientas encuestadas el 41% respondió que siempre utilizan los servicios del taller de costura, el 22% poco, el 21% mucho, el 17% ocasionalmente.

2.- ¿Cuánto tiempo lleva utilizando los servicios del taller de costura?

Tabla de Frecuencia N.- 2

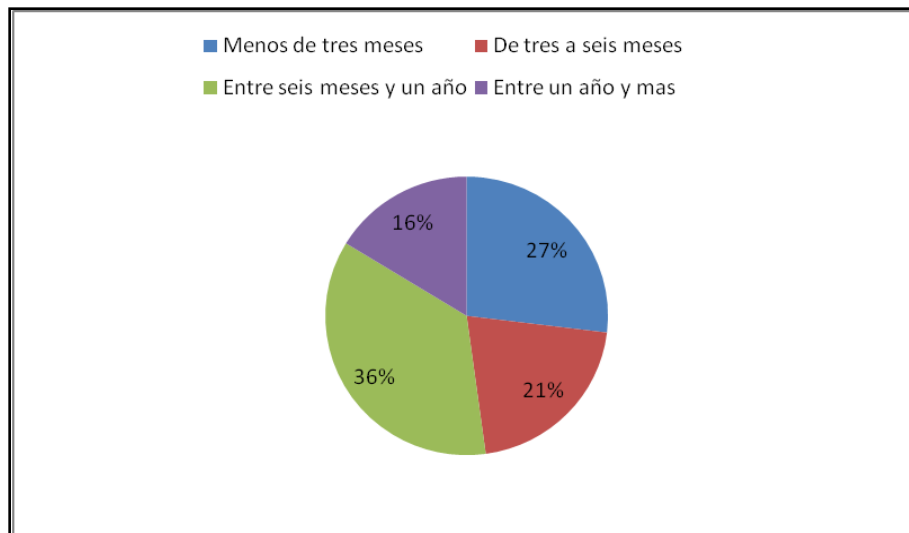
Período de tiempo de lealtad de la clientela

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | PORCENTAJE VALIDO |
|---------------------------|---------------------|---------------------|-------------------|
| Menos de tres meses | 81 | 27 | 27 |
| De tres a seis meses | 63 | 21 | 21 |
| Entre seis meses y un año | 108 | 36 | 36 |
| Entre un año y mas | 49 | 16 | 16 |
| TOTAL | 301 | 100 | 100 |

Fuente: Encuesta a clientes de taller de costura “CREACIONES MARGARITA”
Autoras: Tatiana Pico y Carmen Ramírez

Gráfico 2

Periodo de tiempo de lealtad de la clientela



Fuente: Encuesta a clientes de taller de costura “CREACIONES MARGARITA”
Autoras: Tatiana Pico y Carmen Ramírez

Análisis.- De acuerdo con la encuesta realiza observamos la frecuencia con la cual utilizan este servicio las clientas demostrando que un 35% de seis meses a un año, el 27% menos de tres meses, el 21% de tres a seis meses, y el 17% entre un año y más.

3.- ¿Qué le parece el acabado de las prendas?

Tabla de Frecuencia N.- 3

Opinión sobre el acabado de las prendas

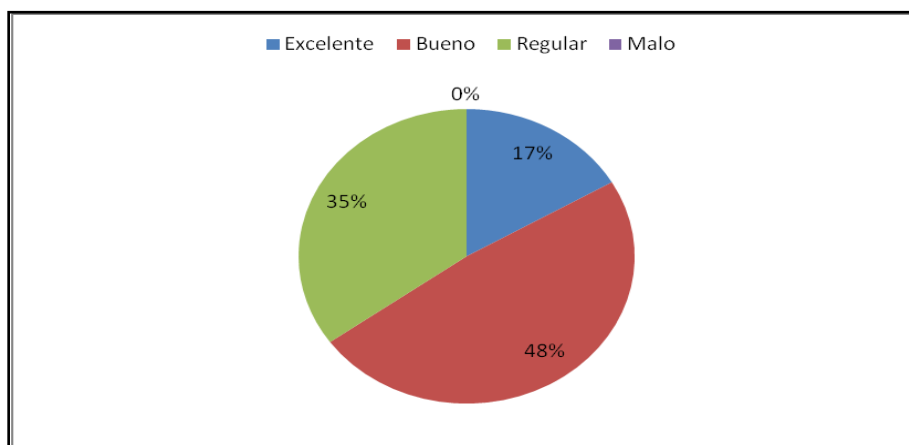
| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | PORCENTAJE VALIDO |
|---------------------|----------------------------|----------------------------|--------------------------|
| Excelente | 50 | 17 | 17 |
| Bueno | 146 | 49 | 49 |
| Regular | 105 | 35 | 35 |
| Malo | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL | 301 | 100 | 100 |

Fuente: Encuesta a clientes de taller de costura “CREACIONES MARGARITA”

Autoras: Tatiana Pico y Carmen Ramírez

Grafico 3

Opinión sobre el acabado de las prendas



Fuente: Encuesta a clientes de taller de costura “CREACIONES MARGARITA”

Autoras: Tatiana Pico y Carmen Ramírez

Análisis.- De la encuesta realizada podemos observar que a las clientas en un 49% les parece que el acabado de las prendas es bueno, el 34% es regular y el 17% expresan que el acabado es excelente.

4.- ¿Al momento de retirar las prendas confeccionadas ha tenido problemas?

Tabla de Frecuencia N.- 4

Problemas registrados en el momento de recibir las confecciones

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | PORCENTAJE VALIDO |
|---------------|------------------------|------------------------|----------------------|
| Una vez | 301 | 100 | 100 |
| Algunas veces | 0 | 0 | 0 |
| Siempre | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL | 301 | 100 | 100 |

Fuente: Encuesta a clientes de taller de costura “CREACIONES MARGARITA”
Autoras: Tatiana Pico y Carmen Ramírez

Grafico 4

Problemas registrados en el momento de recibir las confecciones



Fuente: Encuesta a clientes de taller de costura “CREACIONES MARGARITA”
Autoras: Tatiana Pico y Carmen Ramírez

Análisis.- En el gráfico 4 muestra que el 100% de las clientas, han tenido una sola vez problema, a la hora de retirar las prendas del taller de costura.

5.- ¿Qué clase de problemas ha tenido?

Tabla de frecuencia N.- 5

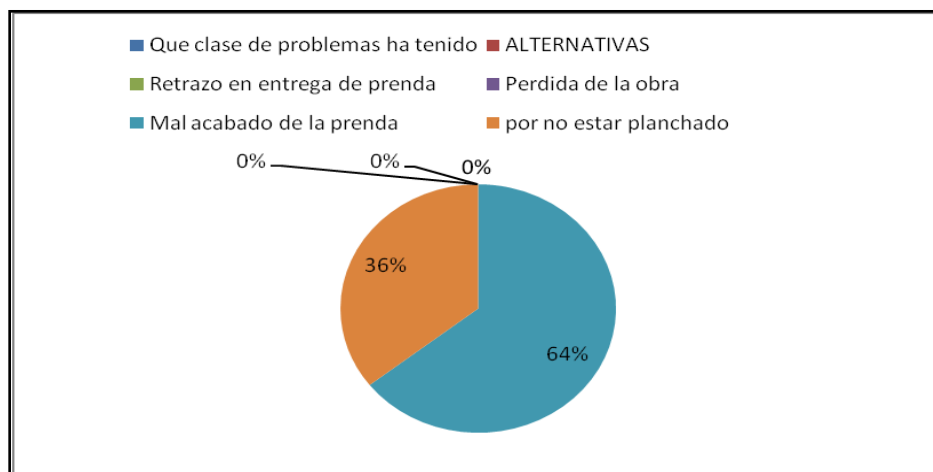
Tipo de problemas surgidos al momento de retirar las costuras

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | PORCENTAJE VALIDO |
|------------------------------|---------------------|---------------------|-------------------|
| Retraso en entrega de prenda | 0 | 0 | 0 |
| Perdida de la obra | 0 | 0 | 0 |
| Mal acabado de la prenda | 0 | 0 | 0 |
| por no estar planchado | 194 | 64 | 64 |
| falta de botones | 107 | 36 | 36 |
| TOTAL | 301 | 100 | 100 |

Fuente: Encuesta a clientes de taller de costura “CREACIONES MARGARITA”
Autoras: Tatiana Pico y Carmen Ramírez

Gráfico 5

Tipos de problema surgido al momento de retirar las costuras



Fuente: Encuesta a clientes de taller de costura “CREACIONES MARGARITA”
Autoras: Tatiana Pico y Carmen Ramírez

Análisis.- De los problemas planteados en las alternativas ninguna clienta los ha tenido. El 64% de las encuestadas manifestó que el único inconveniente que han tenido es que al momento de retirar la obra estas se encuentran sin planchar, el 36% ha tenido inconvenientes por la falta de botones en las prendas.

6.- ¿El precio establecido por el servicio prestado, LE PARECE?

Tabla de Frecuencia N.- 6

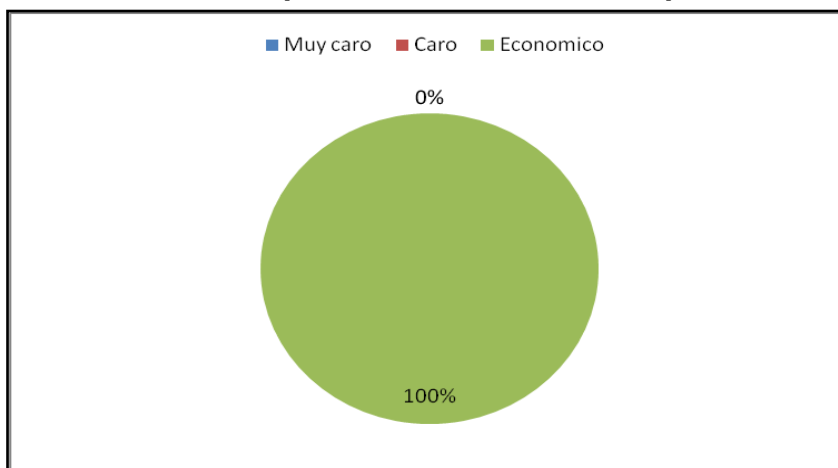
Apreciación acerca de los precios

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | PORCENTAJE VALIDO |
|--------------|---------------------|---------------------|-------------------|
| Muy caro | 0 | 0 | 0 |
| Caro | 0 | 0 | 0 |
| Económico | 301 | 100 | 100 |
| TOTAL | 301 | 100 | 100 |

Fuente: Encuesta a clientes de taller de costura "CREACIONES MARGARITA"
Autoras: Tatiana Pico y Carmen Ramírez

Gráfico 6

Apreciación acerca de los precios



Fuente: Encuesta a clientes de taller de costura "CREACIONES MARGARITA"
Autoras: Tatiana Pico y Carmen Ramírez

Análisis.- El 100% de las clientas encuestadas están de acuerdo con los precios establecidos por la confección de las prendas.

7.- ¿La atención brindada por el servicio, LE PARECE?

Tabla de Frecuencia N.- 7

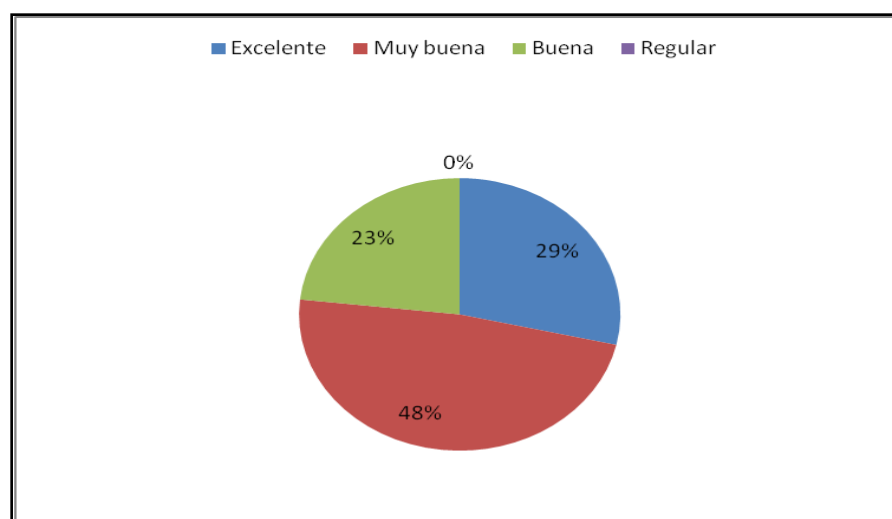
Opinión acerca de la atención recibida.

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | PORCENTAJE VALIDO |
|--------------|---------------------|---------------------|-------------------|
| Excelente | 86 | 29 | 29 |
| Muy buena | 145 | 48 | 48 |
| Buena | 70 | 23 | 23 |
| Regular | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL | 301 | 100 | 100 |

Fuente: Encuesta a clientes de taller de costura “CREACIONES MARGARITA”
Autoras: Tatiana Pico y Carmen Ramírez

Gráfico 7

Opinión acerca de la atención recibida



Fuente: Encuesta a clientes de taller de costura “CREACIONES MARGARITA”
Autoras: Tatiana Pico y Carmen Ramírez

Análisis.- El 47% de las clientas les parece que el servicio prestado es muy bueno, el 29% es excelente y el 24% es bueno.

8.- ¿Cuál de las siguientes alternativas considera usted que contribuirá al buen funcionamiento del taller “CREACIONES MARGARITA”?

Tabla de Frecuencia n.- 8

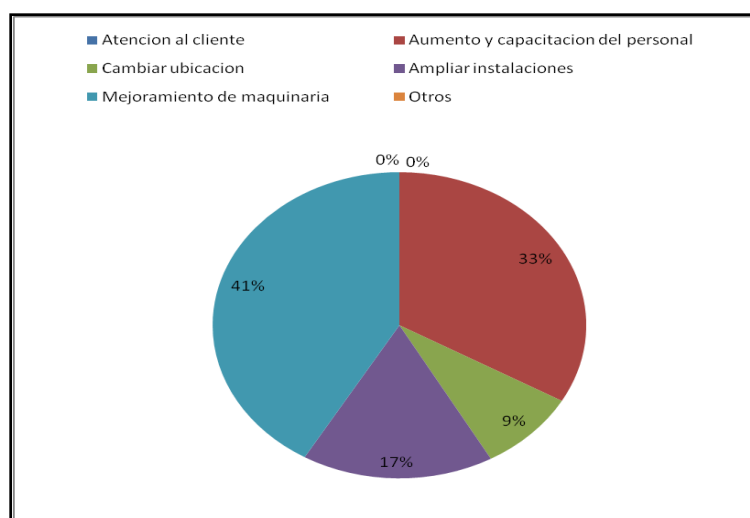
Aspectos esenciales para satisfacción de clientes y éxito del negocio.

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | PORCENTAJE VALIDO |
|----------------------------|---------------------|---------------------|-------------------|
| Atención al cliente | 0 | 0 | 0 |
| Aumento de personal | 100 | 33 | 33 |
| Cambiar ubicación | 26 | 9 | 9 |
| Ampliar instalaciones | 50 | 17 | 17 |
| Mejoramiento de maquinaria | 125 | 42 | 42 |
| Otros | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL | 301 | 100 | 100 |

Fuente: Encuesta a clientes de taller de costura “CREACIONES MARGARITA”
Autoras: Tatiana Pico y Carmen Ramírez

Gráfico 8

Aspectos esenciales para satisfacción de clientes y éxito del negocio



Fuente: Encuesta a clientes de taller de costura “CREACIONES MARGARITA”
Autoras: Tatiana Pico y Carmen Ramírez

Análisis.- El 41% de las clientas consideran que debe haber mejoramiento en las maquinas que se utilizan en el taller; el 34% aumento y capacitación al personal, el 17% en ampliar instalaciones y el 9% cambiar la ubicación.

ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA EFECTUADA A LA PROPIETARIA DEL TALLER DE COSTURA CREACIONES MARGARITA

Cuadro 2. Análisis de la entrevista efectuada a la propietaria de taller de costura CREACIONES MARGARITA

| PREGUNTAS | RESPUESTAS |
|---|--|
| 1.- ¿Cuánto tiempo lleva funcionando el taller de costura CREACIONES MARGATIA? | Aquí en esta establecimiento diez años. |
| 2.- ¿Con cuantas personas usted cuenta para realizar las tareas que demanda el taller? | A parte de mis dos chicas más lo que es el corte lo realizo yo. La confección de las prendas lo realizan mis hijas, el planchado me ayuda una señora, ocasionalmente, dos o tres veces en la semana y se lleva a su casa. |
| 3.- ¿Cuál es el tiempo que lleva dirigiendo el taller de costura? | En este local me desempeño 10 años aproximadamente 20 años en mis labores. |
| 4.- ¿Considera usted innecesario contratar personal que contribuya en las tareas que demanda el taller? | Ahora si me va a resultar necesario porque de mis hijas, una trabaja y la otra estudia en la universidad. Me es necesario por lo menos unas dos chicas. |
| 5.- ¿Qué tiempo le dedica usted a las | Todo el tiempo que sea necesario. Se |

| | |
|--|---|
| tareas que demanda el taller de costura? | atiende doce horas en el taller y en casa realizo los cortes de las telas en horas de las madrugada debido a que tengo buena demanda de clientas. |
| 6.- ¿Lleva usted algún registro de los ingresos y egresos del taller de costura? | Por supuesto llevo registro en mi cuaderno de medida para no olvidarme cuanto es el precio de la prenda y de los abonos realizados. Llevo la contabilidad a mi manera, no cuento con un sistema financiero solo me dirijo con facturas de las compras realizadas. En un tiempo determinado veo mis ganancias calculando con mis poco conocimientos. |
| 7.- ¿Cómo considera usted en el aspecto económico la rentabilidad de su negocio? | Para mí algo favorable por intermedio de mi esfuerzo, trabajo. Mis clientes me colaboran porque soy muy conocida, tengo clientes de diferentes partes, me va muy bien, he sacado adelante mi hogar y lo más importante que me ha ayudado a dar educación a mis hijas. |
| 8.- ¿La maquinaria que utiliza para realizar su trabajo le es lo suficientemente productiva? | Claro que no a este nivel me gustaría adquirir otra maquinaria muchos gastos se origina en el hogar por eso no he comprado pero ahora si porque ya mis hijas trabajan y están en otro nivel de educación. |
| 9.- ¿Considera usted que los materiales | Claro que no a veces si cuando me hace |

| | |
|--|---|
| con los que trabaja son los necesario? | falta tengo que encontrar los mejores materiales para realizar dicha prenda. |
| 10.- ¿Cómo ve su taller de aquí a tres años? | Mi meta es si Dios me ayuda no solamente dedicarme a la corte y confección sino ampliarlo para un mini almacén comercializar telas y todo lo que es material de la rama de corte y confección, comprando vitrina maniquís y todo lo que sea necesario para ampliar el taller. |

Fuente: Cuadro le as entrevista a la propietaria de “CREACIONES MARGARITA”
Autoras: Tatiana Pico y Carmen Ramírez

Análisis de la entrevista.- Con esta entrevista hemos dado a conocer cuáles son las necesidades con las que tiene el taller la propietaria está dispuesta a mejorar su local para poder obtener más demandas de clientes y llegar hacer líder en el mercado de la confección.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIAS Y PERSPECTIVAS.

Los datos resultantes de las encuestas han sido procesados a través de Excel y de ahí se partió al análisis de los resultados, los mismos que presentan la facilidad de comprobar lo establecido en las hipótesis.

4.3 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.

Cuadro 3. Verificación de hipótesis

| Hipótesis | Verificación |
|---|---|
| La carencia de un diagnóstico integral afecta en el desempeño laboral del taller de costura CREACIONES MARGARITA. | La pregunta 8 de la encuesta demuestra que es importante efectuar mejoras para mantener la lealtad de clientes y captar unos nuevos, esto queda evidenciado en las respuestas que los encuestados dan acerca de las actividades que contribuirán al éxito del negocio. |
| La carencia de recursos humanos afecta en el rendimiento operacional de costura de CREACIONES MARGARITA. | La pregunta 8 de la encuesta demuestra que el servicio del taller mejorará si se contrata más personal, así se atenderán a más clientas en menor tiempo. |
| La carencia de un sistema financiero afecta en la rentabilidad del negocio. | La pregunta 6 de la entrevista realizada a la propietaria demuestra que Confecciones Margarita no cuenta con un sistema financiero que ayude a llevar un control del mismo que permitan organizar las entradas y salidas de dinero y visualizar su situación financieras con miras a expansión. |
| | |

| | |
|--|--|
| La implementación de un manual de políticas regulará las actividades en el taller de costura CREACIONES MARGARITA. | La pregunta 5 de la encuesta demuestra que los problemas que enfrenta el negocio con sus clientas, se debe a no tener prendas planchadas en el momento del retiro, así mismo sucede con los botones que en ciertas ocasiones no han sido pegados. Esto evidencia que no se conocen las funciones de cada persona y por ello se llega a asumir que esas actividades ya han sido efectuadas. |
|--|--|

Fuente: Cuadro de verificación de hipótesis de “CREACIONES MARGARITA”
Autoras: Tatiana Pico y Carmen Ramírez

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Diseño de estrategias que impulsen el crecimiento del taller de costura CREACIONES MARGARITA.

5.2 FUNDAMENTACION

Las microempresas son de tamaño pequeño que ejercen una actividad económica de forma regular que dirige una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial.

Desarrolla cualquier tipo de actividad de producción, de comercialización de bienes o de prestación de servicios y estas cuentan con un máximo de 6 empleados.

Entre sus objetivos tenemos:

- Crear microempresas sustentables con mínimo costo financiero.
- Generar fuentes de trabajo estables en las comunidades.
- Promover la cultura emprendedora.

La ventaja que poseen las microempresa es que son fuentes generadoras de empleo.

Como desventaja podemos señalar lo siguiente:

- Utilizan tecnología ya superada.
- Dificultad de acceso a crédito.
- Los integrantes carecen de conocimientos y técnicas para una productividad más eficiente.

La importancia del sector micro empresarial del país, radica en su contribución al desarrollo como medio para adelantar procesos eficientes de distribución del ingreso y generación de empleo.

Confecciones Margarita es un taller de costura y por lo tanto brinda los servicios de corte y confección elaborando prendas de vestir al gusto del cliente, sin embargo sus actividades requieren de materias primas como las telas, existiendo de estas una gran variedad de tipos que incluyen una amplia gama de colores. Algunos tipos de tela que se puede mencionar son: Lino, algodón, seda, casimir, Oxford, piel de durazno.

Como todo negocio pequeño, se suele creer que estos no deben tener establecidos procedimientos y manuales, lo que es una idea errada, los Manuales de políticas son un documento en el cual se establecen los reglamentos, procedimientos y pasos a seguir dentro de la organización, es de suma importancia ya que representa un recurso técnico para:

- Establecer políticas o reglamentos.
- Establecer procedimientos.
- Ayuda a la orientación del personal.
- Proporciona soluciones rápidas a los malos entendimientos.
- Contribuyen al logro de objetivos.

Inclusive los pequeños negocios necesitan marketing, sobre todo ellos, así podrán establecer estrategias que les permita posicionarse firmemente en el mercado, esto se debe a que el marketing es el conjunto que con estudios de mercado intenta lograr el máximo beneficio en la venta de un producto.

La mezcla del marketing combina 4 elementos esenciales que son el producto, el precio, la plaza y la promoción. A continuación se presentara la explicación de cada uno de los elementos:

Producto.- Cualquier bien, servicio, idea, persona, lugar, organización o institución que ofrezca en un mercado para su adquisición, uso o consumo y que satisfaga una necesidad.

Precio.- es el valor de intercambio del producto determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso y el consumo del producto.

Es el elemento del mix que se fija mas a corto plazo y con el que la empresa puede adaptarse rápidamente según la competencia, costes.

Para determinar el precio la empresa deberá tener en cuenta lo siguiente:

- Los costes de producción y distribución.
- El margen que desea obtener.
- Los elementos del entorno: principalmente la competencia.
- Las estrategias de Marketing adoptadas.
- Los objetivos establecidos.

Plaza o distribución.- Elemento del mix que utilizamos para conseguir que un producto llegue satisfactoriamente al cliente.

Cuatro elementos configuran la política de distribución:

1. Canales de distribución: los agentes implicados en el proceso de mover los productos desde el proveedor hasta el consumidor.
2. Planificación de la distribución: la toma de decisión para implantar una sistemática de cómo hacer llegar los productos a los consumidores y los agentes que intervienen (mayorista y minorista).
3. Distribución física: forma de transporte, niveles de stock, almacenes, localización de plantas y agentes utilizados.
4. Merchandising: técnicas y acciones que se llevan a cabo en el punto de venta. Consiste en la disposición y la presentación del producto al establecimiento, así como la publicidad y la promoción en el punto de venta.

Para el marketing es muy importante llevar al cliente a experimentar los 5 sentidos en un lugar de venta como son: olor, color, vista, gusto, tacto. Entre más sentido capte nuestro consumidor mayor será el grado de captación de nuestra empresa.

Promoción.- La comunicación persigue difundir un mensaje y que este tenga una propuesta del público objetivo al que va destinado. Los objetivos principales de la comunicación son:

- Comunicar las características del producto.
- Comunicar los beneficios del producto.
- Que se recuerde o se compre la marca/producto.

La comunicación no es solo publicidad. Los diferentes instrumentos que configuran el mix de comunicación son los siguientes:

- La publicidad.
- Las relaciones públicas.
- La venta personal.
- La promoción de ventas.
- El Marketing directo.

5.3 JUSTIFICACIÓN

Todo negocio inicia sus actividades con un objetivo bien definido, este es lograr que la inversión del capital se multiplique, para ello requieren generar una rentabilidad atractiva. Sin embargo, la tarea es compleja, sobre todo si nos ponemos a analizar que el siglo XXI se caracteriza por manejar altos niveles de competitividad.

¿Cómo lograr que un negocio pequeño crezca?, ¿cómo competir con grandes empresas?, ¿será necesario trabajar estratégicamente?, si perdemos mercado ¿será mejor retirarse o crear un nuevo producto o servicio? Varias son las incógnitas que suelen aparecer cuando alguien crea un negocio o cuando se desea lograr el crecimiento de uno ya existente. El principal error es creer que lo importante está en competir en mercado donde muchas empresas han demostrado éxito, sin imaginarse que el éxito requiere de crear océanos azules o nichos de mercado cautivados de forma permanente.

Los negocios pequeños que se encuentran en sectores industriales altamente competitivos deben evidenciar una preocupación de trabajo estratégico que apunte a lograr la satisfacción de clientes actuales, a fin de lograr su lealtad y crear así la oportunidad para que nuevos clientes se adhieran poco a poco.

Creaciones Margarita debe iniciar su trabajo de búsqueda hacia el crecimiento empresarial, iniciando con estrategias para sus actividades, así podrán visualizar cuáles son sus puntos débiles y fuertes y recurrir a sus experiencias para sumarle conocimientos profesionales que integre un trabajo estratégico, encaminado hacia el progreso y crecimiento de este negocio.

Dentro de las estrategias que aplicaremos tenemos la implementación de un manual de políticas ya que este le permitirá establecer las reglas a seguir para un mejor funcionamiento de las tareas a realizar en el taller de costura.

Es importante que lleve un control de sus finanzas así podrá establecer el dinero para cada actividad de manera que pueda conocer si el negocio le está generando pérdidas o ganancias.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General de la propuesta

Elaborar estrategias que lleven al taller de costura CREACIONES MARGARITA hacia el crecimiento empresarial.

5.4.2 Objetivos Específicos de la propuesta

- Diseñar el logotipo y slogan del negocio para que el mercado identifique la actividad y el servicio que realiza el negocio.
- Establecer políticas de contingencia para el buen desempeño del taller, evitando inconvenientes con las clientas.
- Identificar estrategias de competencia y su aplicación en el mercado competitivo del entorno.

5.5 UBICACIÓN

País: Ecuador

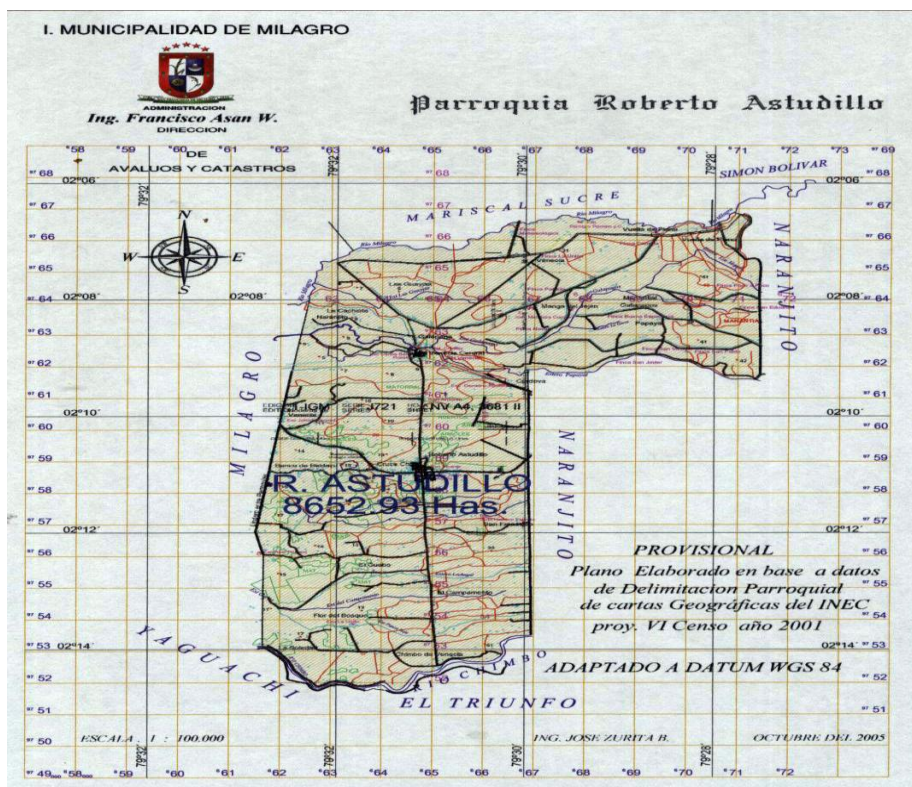
Región: Costa

Provincia: Guayas

Cantón: Milagro

Parroquia: Roberto Astudillo

Gráfico 9



Fuente: Mapa de Roberto Astudillo
Autoras: Municipio de Milagro

5.6 FACTIBILIDAD

Para poder obtener una microempresa la ley demanda el cumplimiento de los siguientes requisitos:

Permiso de Funcionamiento Municipales

Para poder obtener la tasa de habilitación de los locales comerciales, industriales de servicios otorgados por el Municipio, se deben tramitar los siguientes requisitos:

- Copia de cedula de identidad.
- Copia de papeleta de votación.

- Copia de RUC.
- Certificado de seguridad otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos.
- Tasa única de trámite de habilitación.
- Solicitud para habilitación de locales comerciales.
- Carta de autorización para la persona que realiza el trámite.

Obtención del RISE

Original y copia legible de:

- Cedula vigente a color.
- Certificado de votación (último proceso electoral).
- El pago de patente municipal o un certificado donde conste que no necesita patente emitido por el municipio.

En el caso de necesitar el certificado traer planilla de servicio básico de los últimos 3 meses.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Se plantea diseñar estrategias que permitirán potenciar el crecimiento y desarrollo de confecciones Margarita, lo que obviamente requerirá la inversión de capital, por ello se hará necesario operativizar a través de un presupuesto, cada estrategia y a su vez detallar los recursos que se van a emplear y sus responsables.

5.7.1 Actividades

5.7.1.1 Análisis del negocio

5.7.1.2 Foda

Fortalezas

- Cumplimiento en la entrega.
- Confección de calidad.
- Precios económicos para el cliente.
- Satisfacción en la confección de la prenda.

Oportunidad

- Fuentes de financiamiento.
- Demanda creciente.
- Aumento de población.
- Preparación académica.
- Avances de información.

Debilidad

- Alquiler del local.
- Poco personal para trabajar.
- Maquinaria antigua.
- Desabastecimiento de materiales (telas-hilos-etc).

Amenaza

- Competencia.
- Delincuencia.

- Fenómeno natural.
- Inestabilidad política (economía).
- Incremento en precios de insumos.
- Incremento del valor de la electricidad.

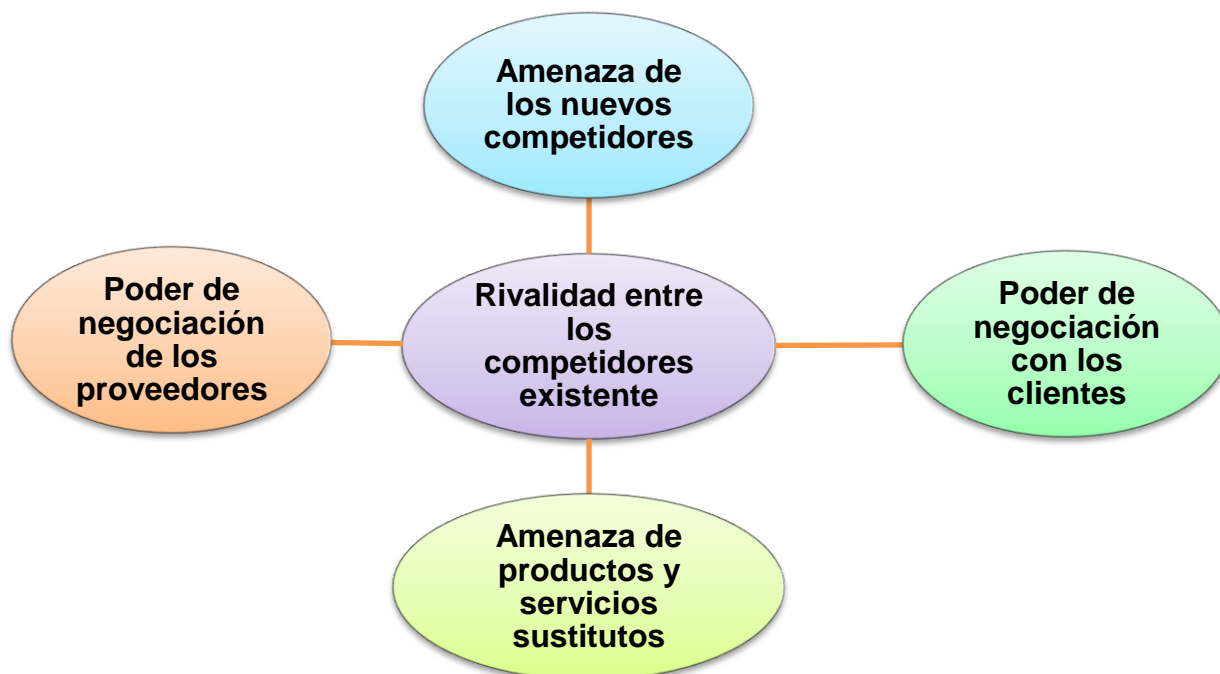
Cuadro 4. Análisis FODA

| <div>FACTOR INTERNO</div> <div>FACTOR EXTERNO</div> | FORTALEZA | DEBILIDADES |
|---|--|--|
| OPORTUNIDADES | Estrategias FO <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar lista de precio acorde al mercado. • Contratar mano de obra calificada para cumplir con la demanda. • solicitar un préstamo financiero para adquirir materiales esenciales para el trabajo. | Estrategias FA <ul style="list-style-type: none"> • Establecer programas de capacitación para afrontar a la competencia. |
| AMENAZAS | Estrategias DO <ul style="list-style-type: none"> • Establecer convenios con proveedores para estar provistos de materiales para la realización del trabajo. • Adquirir maquinaria actualizada y un local propio aprovechando las fuentes de financiamiento. | Estrategias DA <ul style="list-style-type: none"> • Obtener los recursos materiales y el talento humano necesarios para la producción del taller, esto permitirá enfrentar a la competencia. |

Fuente: Cuadro análisis FODA del taller de costura “CREACIONES MARGARITA”
Autoras: Tatiana Pico y Carmen Ramírez

5.7.1.3 Análisis de las cinco fuerzas de Porter

Gráfico 10



El análisis de las cinco fuerzas de Porter nos permite analizar la rentabilidad del mercado que le rodea el taller de costura CREACIONES MARGARITA con el fin de mejorar sus actividades.

Rivalidad entre los competidores existente

En la actualidad existen en la parroquia Roberto Astudillo existen dos competidores que pueden afectar al taller de costura Creaciones Margarita, son los siguientes:

- Taller de Costura IZURIETA.
- Taller de Costura LOLITA.

El taller de costura Lolita, ubicado en el mismo sector, es su competidor directo y la ventaja de él, son sus maquinarias actualizadas.

Poder de negociación de los proveedores

Para la confección de las prendas se requiere de hilos, agujas, botones, sierras y demás materiales, los cuales se obtendrán en el almacén OROSCO.

Las telas que se requieren para la confección de las prendas se obtendrán en el almacén TANYA PATRICIA,

En caso que el almacén deje de funcionar tenemos como alternativas de proveedores los almacenes PARIS y VELA, para adquirir las materiales. Para conseguir las telas tenemos los almacenes ELVIS y ELVITA de la ciudad de Milagro.

Poder de negociación de los clientes

El poder de negociación por parte de los clientes no es muy alto ya que el taller de costura CREACIONES MARGARITA se caracteriza por brindar un buen servicio.

Amenaza de productos y servicios sustitutos

Venta de ropa por catalogo.

5.7.1.4 Filosofía corporativa del negocio

Visión

Ser una microempresa reconocida en el área de la confección de prendas, por su calidad y estilo al servicio de la comunidad, a nivel nacional.

Misión

Somos una microempresa de producción en el área textilera, confiable, eficiente generando elegancia y distinción en el vestir.

Valores Corporativos

- Puntualidad.
- Responsabilidad.
- Ética.
- Respeto.
- Confianza.
- Honorabilidad.

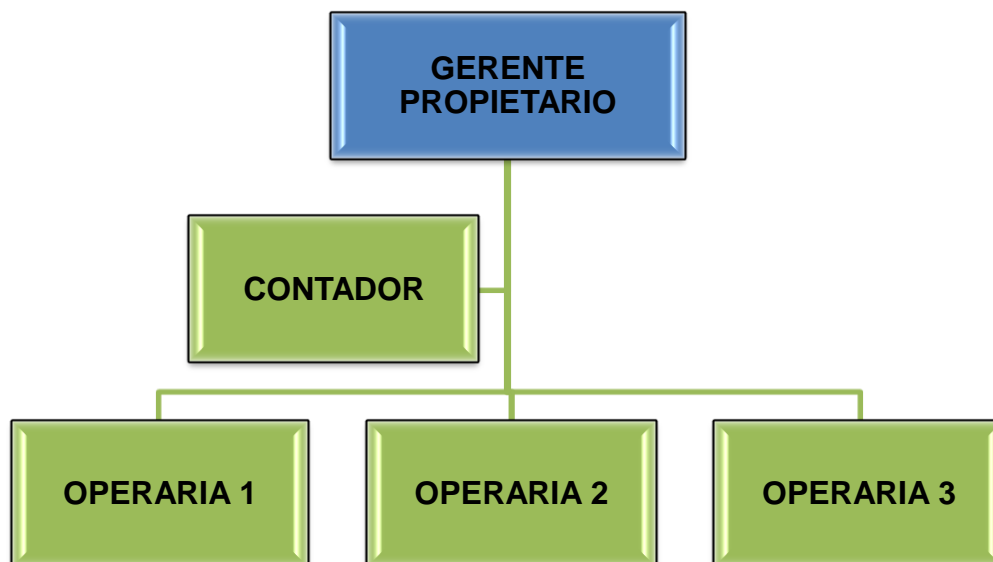
5.7.1.5 Políticas

- Al enviarse hacer la prenda cancelar el 50% del valor.
- Si la obra no es retirada en la fecha indicada el taller no se responsabiliza por la perdida y deterioro de la prenda.
- Si no está la prenda lista a la fecha indicada la microempresa entregara la obra en otra fecha con el 25% de descuento.
- Si se extravía la prenda el taller se responsabiliza con el 100% de la obra.
- Se realizara un descuento del 25% a los establecimientos educativos por la confección de los uniformes.

5.7.1.6 Estructura orgánica y funciones

Gráfico 11

ORGANIGRAMA DE LA MICROEMPRESA CREACIONES MARGARITA



Cargo: Gerente - Propietario

Perfil

Edad: 44 años

Estado civil: divorciada

Sexo: femenino

Funciones a desempeñar:

- Organizar, dirigir y controlar la producción.
- Ejercer la representación legal y jurídica de la microempresa.
- Analizar, estudiar y decidir las diferentes estrategias, políticas y objetivos para optimizar los recursos de la microempresa.

- Verificar y autorizar el pago de las nominas a los empleados.
- Verificar el cumplimiento de cada actividad.
- Realizar convenios con los proveedores para abastecer al taller de materia prima.
- Llevar un control permanente de la producción para verificar la rentabilidad.
- Promocionar de manera adecuada el producto para que sea atractivo al cliente.
- Determinar el precio que sea conveniente de venta, el lanzamiento de nuevas líneas de producción al mercado.
- Gestionar contratos, convenios y alianzas para mejorar la producción del taller.
- Realizar un control de calidad al producto terminado o en el proceso para tomar acciones en caso de presentar fallas.

Cargo: Contador

Perfil

Edad: 30 años en adelante

Estado civil: Indistinto

Experiencia: 3 años

Sexo: Indistinto

Título: Ingeniero en Contaduría Pública Autorizada

Funciones a desempeñar:

- Apertura de los libros diario de contabilidad.
- Establecimiento de sistema de contabilidad.
- Estudios de estados financieros y sus análisis.
- Certificación de planillas para pago de impuestos.

- Aplicación de beneficios y reportes de dividendos.
- La elaboración de reportes financieros para la toma de decisiones.

Cargo: Operario

Perfil

Edad: 20 a 45 años

Estado civil: Indistinto

Experiencia: 3 años

Sexo: Indistinto

Título: Maestra en la Rama Artesanal de Corte y Confección

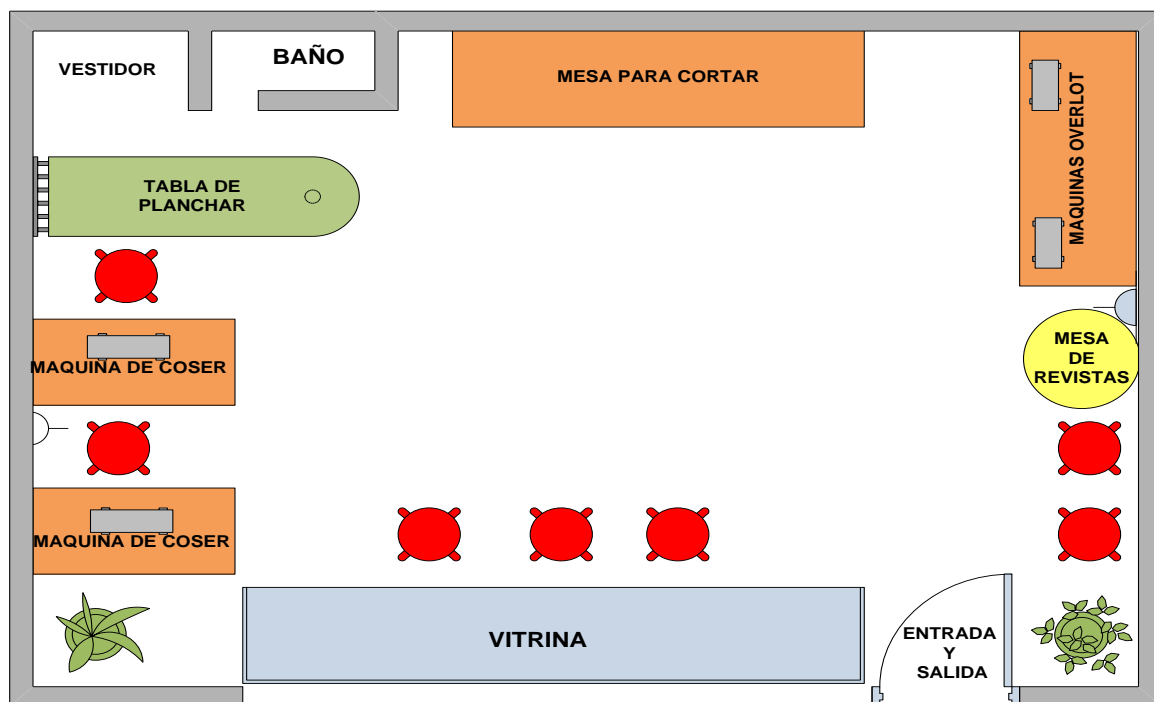
Funciones a desempeñar:

Las principales funciones de los operarios de un taller de costura son:

- Realizar la producción de productos terminados con especificaciones de acuerdo con los pedidos de los clientes.
- Mantenimiento preventivo de las maquinarias.
- Realiza los acabados de la prendas como; pegado de botones, hilaves de la prenda y planchado.

5.7.1.7 Plano actual del taller de costura CREACIONES MARGARITA

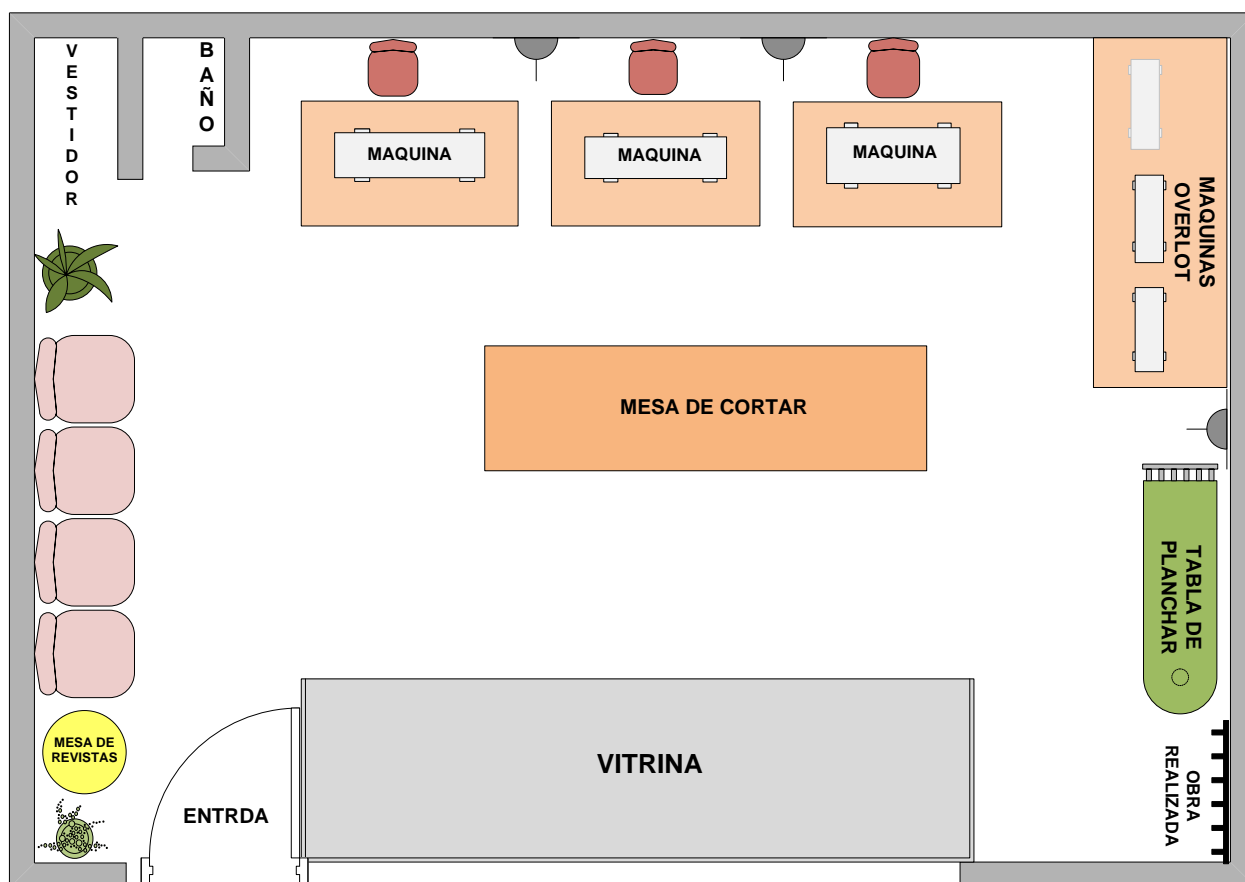
Grafico 12



Fuente: Plano actual del taller de costura "CREACIONES MARGARITA"
Autoras: Tatiana Pico y Carmen Ramírez

5.7.1.8 Propuesta del taller de costura CREACIONES MARGARITA

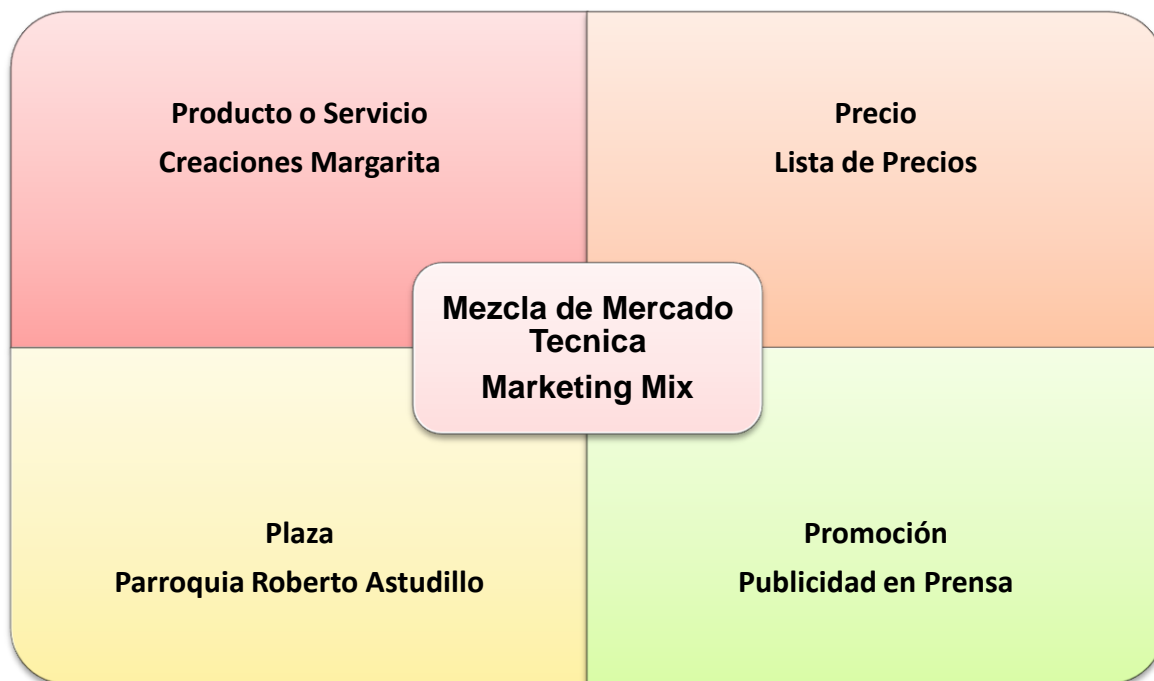
Gráfico 13



Fuente: Propuesta del taller de costura “CREACIONES MARGARITA”
Autoras: Tatiana Pico y Carmen Ramírez

5.7.1.9 Estrategias de marketing mix

Gráfico 14



Fuente: Marketing mix del taller de costura “CREACIONES MARGARITA”
Autoras: Tatiana Pico y Carmen Ramírez

Producto

Creaciones Margarita se dedica a la confección de prendas de vestir para damas y niñas como blusa, falda, pantalón, short, vestido, uniformes para estudiantes, chalecos.

Razón social

Taller de Costura
Creaciones Margarita

Fuente: Razón social del taller de costura “CREACIONES MARGARITA”
Autoras: Tatiana Pico y Carmen Ramírez

Logotipo



Fuente: Logotipo del taller de costura “CREACIONES MARGARITA”
Autoras: Tatiana Pico y Carmen Ramírez

Slogan

La mejor opción en confección

Fuente: Slogan del taller de costura "CREACIONES MARGARITA"
Autoras: Tatiana Pico y Carmen Ramírez

Precio

Detalle de los costos de las prendas de vestir en la actualidad de CREACIONES MARGARITA.

Cuadro 5. Lista de precios del taller de costura CREACIONES MARGARITA

| LISTA DE PRECIOS | VALOR |
|----------------------|---------|
| Blusa | \$ 8,00 |
| Faldas | \$ 6,00 |
| Pantalones | \$ 8,00 |
| Short | \$ 6,00 |
| Uniformes de colegio | \$12,00 |
| Vestidos | \$25 |
| Chalecos | \$7 |

Fuente: Lista de precios del taller de costura "CREACIONES MARGARITA"
Autoras: Tatiana Pico y Carmen Ramírez

Plaza

El taller de costura se encuentra ubicado en la parroquia Roberto Astudillo en la avenida Velazco Ibarra y los Ríos.

Este servicio es de canal directo.

Promoción

Publicidad: Anuncio en prensa La Verdad

Gráfico N.- 15



Taller de Costura
Creaciones Margarita
La mejor opción en confección
Ofrecemos todo tipo de confección para damas y niñas
Nos destacamos por brindar un servicio
con responsabilidad, seriedad y
Si su prenda tiene un desperfecto le damos el acabado
original
Dirección: Av. Velasco Ibarra y Los Ríos
Teléfono: 097967440
Horario de atención: 07:00 a 18:00
Ecuador Milagro Roberto Astudillo

Fuente: Publicidad del taller de "CREACIONES MARGARITA"
Autoras: Tatiana Pico y Carmen Ramírez

5.7.2 Recursos, análisis financiero

Inversión del proyecto

La inversión inicial de Creaciones Margarita está comprendida entre muebles y enseres, equipo de computación, vehículo y maquinarias, necesarios para el desarrollo del taller, quedando valorada en USD \$ 10,397.00.

Cuadro 6. Inversión del proyecto

| INVERSIÓN DEL PROYECTO | |
|------------------------------|------------------|
| MUEBLES Y ENSERES | 197,00 |
| EQUIPO DE COMPUTACIÓN | 1.100,00 |
| VEHICULO | 5.500,00 |
| MAQUINARIAS Y EQUIPOS | 3.100,00 |
| CAJA – BANCO | 500,00 |
| | |
| TOTAL DE LA INVERSIÓN | 10.397,00 |
| | |

Fuente: Investigación de mercado del taller de costura “CREACIONES MARGARITA”

Depreciaciones

La depreciación es un reconocimiento racional y sistemático del costo de los bienes, distribuido durante su vida útil estimada, con el fin de obtener los recursos necesarios para la reposición de los bienes, de manera que se conserve la capacidad operativa o productiva del ente público. Su distribución debe hacerse empleando los criterios de tiempo y productividad, mediante uno de los siguientes métodos: línea recta, suma de los dígitos de los años, saldos decrecientes, número de unidades producidas o número de horas de funcionamiento, o cualquier otro de reconocido valor técnico, que debe revelarse en las notas a los estados contables.

Cuadro 7. Depreciación de los activos fijos

| DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS | | | | |
|-----------------------------------|-----------------|----------------------------|----------------------|--------------------|
| DESCRIPCIÓN | VALOR DE ACTIVO | PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN | DEPRECIACIÓN MENSUAL | DEPRECIACIÓN ANUAL |
| MUEBLES Y ENSERES | 197,00 | 10% | 1,64 | 19,70 |
| EQUIPO DE COMPUTACIÓN | 1.100,00 | 33% | 30,25 | 363,00 |
| VEHICULO | 5.500,00 | 20% | 91,67 | 1.100,00 |
| MAQUINARIAS Y EQUIPOS | 3.100,00 | 10% | 25,83 | 310,00 |
| TOTAL | 9.897,00 | | 149,39 | 1.792,70 |

Fuente: Investigación de Mercado del Taller de Costura “CREACIONES MARGARITA”

Costos

El costo directo de las compras de las telas para la confecciona de la ropa es:

Cuadro 8. Costos directos

| COSTOS DIRECTOS | | | | | | | | | | |
|--------------------------------|-----------------|---------------|--------------|--------------|--------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| MATERIA PRIMA | Descrip. | Precio | Cant. | Total | Prod. | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Tela gabardina para pantalon | Metro | \$ 3,50 | 1 | \$ 4 | 40 | \$ 1.680 | \$ 1.732 | \$ 1.786 | \$ 1.841 | \$ 1.898 |
| Tela algodón strech para blusa | Metro | \$ 1,50 | 1 | \$ 2 | 40 | \$ 900 | \$ 928 | \$ 957 | \$ 986 | \$ 1.017 |
| Tela algodón strech para short | Metro | \$ 2,00 | 1 | \$ 1 | 2 | \$ 24 | \$ 25 | \$ 26 | \$ 26 | \$ 27 |
| Tela lino para falda | Metro | \$ 1,50 | 1 | \$ 2 | 30 | \$ 720 | \$ 742 | \$ 765 | \$ 789 | \$ 814 |
| Tela lino para chaleco | Metro | \$ 1,50 | 1 | \$ 2 | 6 | \$ 108 | \$ 111 | \$ 115 | \$ 118 | \$ 122 |
| Tela granvino para uniforme | Metro | \$ 2,00 | 2 | \$ 4 | 30 | \$ 1.440 | \$ 1.485 | \$ 1.531 | \$ 1.578 | \$ 1.627 |
| Hilo | Rollos | \$ 0,70 | 4 | \$ 3 | 1 | \$ 3 | \$ 3 | \$ 3 | \$ 3 | \$ 3 |
| Tijera | Unidad | \$ 1,00 | 1 | \$ 1 | 1 | \$ 1 | \$ 1 | \$ 1 | \$ 1 | \$ 1 |
| Aguja | Unidad | \$ 0,01 | 15 | \$ 0 | 1 | \$ 0,15 | \$ 0,15 | \$ 0,150 | \$ 0,16 | \$ 0,16 |
| Alfileres | Unidad | \$ 0,01 | 25 | \$ 0 | 1 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 | \$ 0 |
| Regla | Unidad | \$ 2,00 | 1 | \$ 2 | 1 | \$ 2 | \$ 2 | \$ 2 | \$ 2 | \$ 2 |
| Cinta metrica | Metro | \$ 1,00 | 1 | \$ 1 | 1 | \$ 1 | \$ 1 | \$ 1 | \$ 1 | \$ 1 |
| COSTO DIRECTO | | | | | | \$ 4.879 | \$ 5.030 | \$ 5.187 | \$ 5.345 | \$ 5.512 |

Fuente: Investigación de Mercado del taller de costura “CREACIONES MARGARITA

Cuadro 9. Gastos administrativos

| GASTOS ADMINISTRATIVOS | | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-------------------------------|-------------------------------------|--------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| 1 | GERENTE PROPIETARIA | 4.200 | 4.330 | 4.464 | 4.603 | 4.746 |
| 1 | CONTADOR | 3.600 | 3.712 | 3.827 | 3.945 | 4.068 |
| 2 | TOTAL | 7.800 | 8.041.80 | 8.291.10 | 8.548.12 | 8.813.11 |
| | APOORTE PATRONAL | 870 | 897 | 924 | 953 | 983 |
| | DECIMO CUARTO | 88 | 544 | 561 | 579 | 597 |
| | DECIMO TERCERO | 596 | 670 | 691 | 712 | 734 |
| | FONDO DE RESERVA | | 670 | 691 | 712 | 734 |
| | TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS | 9.354 | 10.823 | 11.159 | 11.505 | 11.861 |

Fuente: Investigación de Mercado del taller de costura “CREACIONES MARGARITA”

Costo Unitario= Costo total de fabricación / Unidades

$$\text{Costo Unitario} = \frac{2068}{178}$$

Costo Unitario= 11,62

Nuestro costo de un diagnostico integral del taller de costura Creaciones Margarita es de \$12,68, la media del precios de la venta de blusa, falda, pantalón, uniformes, short, vestido y chaleco es de \$14,57 siendo nuestro margen de utilidad es de \$1,89.

Estado de resultados

Nos muestra el resultado obtenido en el término del período contable, siendo esta de utilidad o pérdida.

Cuadro 10. Estados de resultados

| <i>Taller de Costura Creaciones Margarita</i> | | | | | | |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO | | | | | | |
| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | TOTAL |
| VENTAS | 34.752 | 38.366 | 42.356 | 46.761 | 51.625 | 213.860 |
| - COSTO DE DIRECTOS E INDIRECTOS | 14.591 | 16.237 | 16.663 | 16.739 | 17.192 | 81.423 |
| UTILIDAD BRUTA | 20.161 | 22.129 | 25.693 | 30.022 | 34.432 | 132.437 |
| GASTOS GENERALES | 10.684 | 12.194 | 12.572 | 12.962 | 13.364 | 61.776 |
| - DEPRECIACION | 1.793 | 1.793 | 1.793 | 1.430 | 1.430 | 8.238 |
| UTILIDAD OPERACIONAL | 7.684 | 8.142 | 11.328 | 15.630 | 19.638 | 62.424 |
| - GASTOS FINANCIEROS | 312 | 250 | 187 | 125 | 62 | 936 |
| UTILIDAD ANTES PART. IMP | 7.372 | 7.893 | 11.141 | 15.505 | 19.576 | 61.488 |
| PARTICIPACION EMPLEADOS | 1.106 | 1.184 | 1.671 | 2.326 | 2.936 | 9.223 |
| UTILIDAD ANTES DE IMPTO | 6.267 | 6.709 | 9.470 | 13.180 | 16.640 | 52.265 |
| IMPUESTO RENTA | 1.567 | 1.677 | 2.367 | 3.295 | 4.160 | 22.289 |
| UTILIDAD NETA | 4.700 | 5.032 | 7.102 | 9.885 | 12.480 | 39.199 |

Fuente: Investigación de Mercado del taller de costura "CREACIONES MARGARITA"

Cuadro 11. Balance general

| Taller de costura Creaciones Margarita BALANCE GENERAL | | | | | | |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Cuentas | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| ACTIVO CORRIENTE | - | | | | | |
| CAJA –BANCOS | 500 | 9.041 | 15.431 | 24.879 | 37.152 | 51.913 |
| | | | | | | |
| TOTAL ACTIVO CORRIENTE | 500 | 9.041 | 15.431 | 24.879 | 37.152 | 51.913 |
| ACTIVOS FIJOS | 9.897 | 9.897 | 9.897 | 9.897 | 9.897 | 9.897 |
| DEPRECIAC. ACUMULADA | | 1.793 | 3.585 | 5.378 | 6.808 | 8.238 |
| TOTAL DE ACTIVO FIJO | 9.897 | 8.104 | 6.312 | 4.519 | 3.089 | 1.660 |
| | | | | | | |
| TOTAL DE ACTIVOS | 10.397 | 17.146 | 21.742 | 29.398 | 40.241 | 53.573 |
| PASIVO | - | | | | | |
| CORRIENTE | | | | | | |
| PRESTAMO | 3.119 | 2.495 | 1.871 | 1.248 | 624 | - |
| PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR | - | 1.106 | 1.184 | 1.671 | 2.326 | 2.936 |
| IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR | - | 1.567 | 1.677 | 2.367 | 3.295 | 4.160 |
| TOTAL PASIVO | 3.119 | 5.168 | 4.733 | 5.286 | 6.245 | 7.096 |
| | | | | | | |
| PATRIMONIO | - | | | | | |
| APOORTE CAPITAL | 7.278 | 7.278 | 7.278 | 7.278 | 7.278 | 7.278 |
| UTILIDAD DEL EJERCICIO | - | 4.700 | 5.032 | 7.102 | 9.885 | 12.480 |
| UTILIDAD AÑOS ANTERIORES | - | - | 4.700 | 9.732 | 16.834 | 26.719 |
| TOTAL PATRIMONIO | 7.278 | 11.978 | 17.010 | 24.112 | 33.997 | 46.476 |
| | | | | | | |
| TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO | 10.397 | 17.146 | 21.742 | 29.398 | 40.241 | 53.573 |
| | | | | | | |

Fuente: Investigación de Mercado del taller de costura “CREACIONES MARGARITA”

Cuadro 12. Flujo de caja

| Taller de costura Creaciones Margarita FLUJO DE CAJA PROYECTADO | | | | | | | |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | TOTAL |
| INGRESOS OPERATIVOS | | | | | | | |
| VENTAS | 500 | 34.752 | 38.366 | 42.356 | 46.761 | 51.625 | 213.860 |
| TOTAL INGRESOS OPERATIVOS | | 34.752 | 38.366 | 42.356 | 46.761 | 51.625 | 213.860 |
| EGRESOS OPERATIVOS | | | | | | | |
| INVERSION INICIAL | 10.397 | - | - | - | - | - | - |
| GASTO DE ADMINISTRATIVOS | - | 9.354 | 10.823 | 11.159 | 11.505 | 11.861 | 54.701 |
| GASTO DE VENTAS | - | - | - | - | - | - | - |
| GASTOS GENERALES | - | 1.330 | 1.371 | 1.414 | 1.458 | 1.503 | 7.075 |
| GASTO DE PRODUCCION | - | 14.591 | 16.237 | 16.663 | 16.739 | 17.192 | 81.423 |
| GASTO DE OPERACIÓN | | - | - | - | - | - | - |
| GASTO DE MANTENIMIENTO | - | - | - | - | - | - | - |
| GASTO DE PRODUCCION | - | - | - | - | - | - | - |
| PAGO PARTICIP. EMPLEADOS | - | - | 1.106 | 1.184 | 1.671 | 2.326 | 6.287 |
| PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA | - | - | 1.567 | 1.677 | 2.367 | 3.295 | 8.906 |
| TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS | 10.397 | 25.275 | 31.104 | 32.097 | 33.740 | 36.177 | 158.392 |
| FLUJO OPERATIVO | 10.397 | 9.477 | 7.263 | 10.260 | 13.021 | 15.447 | 55.468 |
| INGRESOS NO OPERATIVOS | - | | - | - | - | - | - |
| PRESTAMO BANCARIO | 3.119 | - | - | - | - | - | - |
| TOTAL ING. NO OPERATIVOS | 3.119 | - | | - | | - | |
| EGRESOS NO OPERATIVOS | | | | | | | |
| INVERSIONES | - | | | | | | |
| PAGO DE CAPITAL | - | 624 | 624 | 624 | 624 | 624 | 3.119 |
| PAGO DE INTERESES | - | 312 | 250 | 187 | 125 | 62 | 936 |
| TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS | - | 936 | 873 | 811 | 749 | 686 | 4.055 |
| | | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|--------------------------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------|
| FLUJO NETO NO OPERATIVO | 3.119 | -936 | -873 | 811 | - | - | -686 | - |
| | | | | | | | | |
| FLUJO NETO | 7.278 | 8.541 | 6.389 | 9.449 | 12.273 | 14.761 | 51.413 | |
| SALDO INICIAL | 7.278 | 500 | 9.041 | 15.431 | 24.879 | 37.152 | 500 | |
| | | | | | | | | |
| FLUJO ACUMULADO | - | 9.041 | 15.431 | 24.879 | 37.152 | 51.913 | 51.913 | |

Fuente: Investigación de Mercado del taller de costura “CREACIONES MARGARITA”

Análisis de rentabilidad

Rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados. En la literatura económica, aunque el término rentabilidad se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo.

Miden la capacidad de generación de utilidad por parte de la empresa. Tienen por objetivo apreciar el resultado neto obtenido a partir de ciertas decisiones y políticas en la administración de los fondos de la empresa. Evalúan los resultados económicos de la actividad empresarial.

Expresan el rendimiento de la empresa en relación con sus ventas, activos o capital. Es importante conocer estas cifras, ya que la empresa necesita producir utilidad para poder

existir. Relacionan directamente la capacidad de generar fondos en operaciones de corto plazo.

Indicadores negativos expresan la etapa de desacumulación que la empresa está atravesando y que afectará toda su estructura al exigir mayores costos financieros o un mayor esfuerzo de los dueños, para mantener el negocio.

Analizaremos el VAN y el TIR a partir de los resultados obtenidos. Si Van es mayor a cero el proyecto se aceptará, si el Van es menor a cero el proyecto se rechaza, si el Van es igual a cero nos indica que el proyecto no agrega valor monetario por encima de la rentabilidad exigida por el inversionista.

La TIR (Tasa Interna de Retorno) es aquella tasa que hace que el valor actual neto sea igual a cero.

Algebraicamente:

$$VAN = 0 = \sum_{i=1...n} BN_i / (1+TIR)$$

Donde:

VAN: Valor Actual Neto

BNi: Beneficio Neto del Año

TIR: Tasa interna de retorno

La regla para realizar una inversión o no utilizando la TIR es la siguiente:

Cuando la TIR es mayor que la tasa de interés, el rendimiento que obtendrá el inversionista realizando la inversión es mayor que el que obtendrá en la mejor inversión alternativa, por lo tanto, conviene realizar la inversión.

Si la TIR es menor que la tasa de interés, el proyecto debe rechazarse.

Cuando la TIR es igual a la tasa de interés, el inversionista es indiferente entre realizar la inversión o no.

$TIR > i \Rightarrow$ realizar el proyecto

$TIR < i \Rightarrow$ no realizar el proyecto

$TIR = i \Rightarrow$ el inversionista es indiferente entre realizar el proyecto o no.

Nuestro TIR es de 136.04% por lo que el proyecto es rentable para el inversionista.

La razón entre beneficio – costo indica que se acepta el proyecto si es mayor a 1 y rechazarla si es menor a 1. Nuestro índice es mayor a 1, en los dos tipos de flujos de caja; por lo que es deseable para el inversionista, dándonos como resultado 1.10.

Índice de rentabilidad

El índice de rentabilidad mide la cantidad en que aumenta la inversión en relación con cada unidad monetaria invertida. Éstos índices de rentabilidad comprenden aquellos ratios que relacionan ganancias de cierto período con algunas partidas del Estado de Resultado, como así también de Situación Patrimonial. A continuación se ha procedido a calcular el costo de capital promedio ponderado, dicho porcentaje será utilizado para descontar los flujos y obtener el VAN:

Cuadro 13. Financiamiento del proyecto

| FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO | | |
|-----------------------------|------------|------------------|
| INVERSION TOTAL | | 10.397,00 |
| Financiado | 30% | 3.119 |
| Aporte Propio | 70% | 7.278 |
| | | 10.397,00 |

| TASA | | |
|------------------------------------|---------------|-------------|
| TASA ANUAL INTERES PRESTAMO | 10.00% | 0.10 |
| | | 0.10 |

Cuadro 14. Flujo de Caja del Inversionista

| INDICES FINANCIEROS | | | | | | |
|---------------------|----------------|-------|--------|--------|--------|--------|
| DESCRIPCION | INV. INICIAL | AÑO1 | AÑO2 | AÑO3 | AÑO4 | AÑO5 |
| Flujos netos | -10.397 | 9.041 | 15.431 | 24.879 | 37.152 | 51.913 |

| TASA DE DESCUENTO | |
|-------------------|-------|
| TASA DE DESCUENTO | 5,00% |

| TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO | MAYOR AL 12% |
|------------------------------|--------------|
| SUMATORIA DE FLUJOS | 138.416,59 |
| AÑOS | 5 |
| INVERSION INICIAL | 10.397,00 |
| TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO | 266,26% |

| | | |
|--------------------------------|-----------------|-------------------|
| SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS | | 115.339,01 |
| VAN | POSITIVO | 104.942,01 |
| INDICE DE RENTABILIDAD I.R. | MAYOR A 1 | 1,10 |
| RENDIMIENTO REAL | MAYOR A 12 | 9,91 |
| TASA INTERNA DE RETORNO | | 136,04% |

Cuadro 15. Índices financieros

| RATIOS FINANCIEROS | |
|---------------------|-----------|
| VENTAS | 34752,00 |
| COSTO DIRECTO | 14.591,36 |
| COSTO INDIRECTO | 10683,53 |
| FLUJO NETO | 8541,37 |
| PAGO DE DIVIDENDOS | 623,82 |
| GASTOS FINANCIEROS | 311,91 |
| GASTOS PERSONAL | 9353,53 |
| ACTIVOS FIJOS NETOS | 8.104,30 |

| RATIO DE ENDEUDAMIENTO | | | | | | PORCENTAJE | | | | |
|------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|------------|-------|-------|-------|-------|
| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Total Pasivo | 5168 | 4733 | 5286 | 6245 | 7096 | | | | | |
| Total Activo | 17146 | 21742 | 29398 | 40241 | 53573 | 30% | 22% | 18% | 16% | 13% |

| CAPACIDAD DE PAGO DE INTERESES | | | | | | PORCENTAJE | | | | |
|-------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|------------|-------|-------|--------|--------|
| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Utilidad antes impuesto e intereses | 6267 | 6709 | 9470 | 13180 | 16640 | | | | | |
| Gastos financieros | 312 | 250 | 187 | 125 | 62 | 20,09 | 26,89 | 50,60 | 105,64 | 266,74 |

| ROTACION DE ACTIVOS FIJOS | | | | | | PORCENTAJE | | | | |
|---------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|------------|-------|-------|-------|-------|
| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Ventas | 34752 | 38366 | 42356 | 46761 | 51625 | | | | | |
| Activos Fijos Totales | 8104 | 6312 | 4519 | 3089 | 1660 | 4,29 | 6,08 | 9,37 | 15,14 | 31,11 |

| RENTABILIDAD SOBRE LOS ACTIVOS | | | | | | PORCENTAJE | | | | |
|--------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|------------|-------|-------|-------|-------|
| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Utilidad Neta | 4700 | 5032 | 7102 | 9885 | 12480 | | | | | |
| Activos Totales | 17146 | 21742 | 29398 | 40241 | 53573 | 27% | 23% | 24% | 25% | 23% |

| RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO | | | | | | PORCENTAJE | | | | |
|----------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|------------|-------|-------|-------|-------|
| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Utilidad Neta | 4700 | 5032 | 7102 | 9885 | 12480 | | | | | |
| Patrimonio | 11978 | 17010 | 24112 | 33997 | 46476 | 39% | 30% | 29% | 29% | 27% |

| RENTABILIDAD SOBRE VENTAS | | | | | | PORCENTAJE | | | | |
|---------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|------------|-------|-------|-------|-------|
| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Utilidad Neta | 4700 | 5032 | 7102 | 9885 | 12480 | | | | | |
| Ventas netas | 34752 | 38366 | 42356 | 46761 | 51625 | 14% | 13% | 17% | 21% | 24% |

Análisis de las Razones Financieras

Para tomar decisiones racionales en relación con los objetivos de la empresa, el administrador financiero debe usar ciertas herramientas analíticas. El propósito de la empresa no es solo el control interno, sino también un mejor conocimiento de lo que los proveedores de capital buscan en la condición y el desempeño financieros.

El tipo de análisis varía de acuerdo con los intereses específicos de la parte involucrada los acreedores del negocio están interesados principalmente en la liquidez de la empresa. Sus reclamaciones o derechos son de corto plazo, y la capacidad de una empresa para pagarlos se juzga mejor por medio de un análisis completo de su liquidez.

Para evaluar la situación y desempeño financieros de una empresa, el analista requiere de algunos criterios. Estos se utilizan frecuentemente como razones, o índices, que relacionan datos financieros entre sí.

El análisis e interpretación de varias razones debe permitir a analistas expertos y capaces tener un mejor conocimiento de la situación y desempeño financieros de la empresa que el que podrían obtener mediante el análisis aislado de los datos financieros.

Los diversos índices que usamos son:

1.- Razón Circulante

Indica el grado (número de veces) por el cual los derechos de los acreedores, a corto plazo, se encuentran cubiertos por los activos que se convierten en efectivo (Activos Circulantes) en un período, más o menos, igual al vencimiento de las obligaciones.

La razón circulante del proyecto en el primer año según los cálculos son de 30; lo que quiere decir que por cada dólar de deuda que tenemos contamos con 30 para pagarla.

2.- Razón de endeudamiento

La Razón de Endeudamiento es un indicador que tiene por objeto medir en qué grado y de qué forma participan los acreedores dentro del financiamiento de la Empresa.

$$\text{Razón de Endeudamiento} = \text{Activo Total} / \text{Pasivo Total}$$

El resultado obtenido en este ratio para el negocio es de 30%, es decir participan los acreedores dentro del financiamiento de la Empresa.

3.- Capacidad de pago de intereses

Mide la capacidad de la empresa para efectuar pagos de intereses contractuales, es decir, para pagar su deuda. Cuanto menor sea la razón, mayor será el riesgo tanto para los prestamistas como para los propietarios de pagar la deuda.

La razón de pago de intereses para la empresa es de 20.09%; es decir el negocio cubre 20 veces por cada dólar de intereses que se genere por pagar.

4.- Rotación de activos fijos

Mientras mayor sea el valor de este ratio mejor será la productividad del Activo Fijo Neto, es decir que el dinero invertido en este tipo de Activo rota un número mayor de veces, lo cual se traduce en una mayor rentabilidad del negocio.

Podemos decir que por cada dólar en activo fijo nuestra empresa genera 4.29 dólares en venta.

5. Rentabilidad sobre la inversión o sobre los activos

Indica el nivel de utilidades (en dólares) que genera cada dólar invertido en los activos de la empresa. Se obtiene de dividir la utilidad neta por los activos totales.

El índice de retorno sobre la inversión (ROI por sus siglas en inglés) es un indicador financiero que mide la rentabilidad de una inversión, es decir, la tasa de variación que sufre el monto de una inversión (o capital) al convertirse en utilidades (o beneficios).

El proyecto genera un rendimiento aceptable debido a que esta razón equivale al 27%.

6. Rendimiento sobre el Patrimonio

Rendimiento sobre el patrimonio (ROE), es cuanto le sacamos de utilidad a la inversión de los accionistas.

Esto significa que por cada unidad monetaria que genera la empresa se produce un rendimiento del 39% sobre el patrimonio.

7. Rentabilidad sobre ventas

Razón financiera que indica la eficiencia en la operación del proyecto. Este ratio expresa la utilidad obtenida por la empresa, por las ventas.

En nuestro caso esto quiere decir que por cada dólar que vendió nuestro negocio, se obtuvo una utilidad del 14%.

5.7.3. Impacto

- Con el abastecimiento de materia prima y la adquisición de la maquinaria incrementa la producción y por ende su rentabilidad.
- Con la contratación de mano de obra calificada se agiliza el proceso de producción.

- Llevando un control de situación financiera se tendrá el conocimiento del negocio.

5.7.4 Cronograma

| <div>Tiempo</div> <div>Actividades</div> | Enero 2012 | Febrero 2012 | Marzo 2012 |
|--|---------------|-----------------|---------------|
| | | | |
| Tramite para realizar el préstamo | | | |
| Adecuación del espacio físico | | | |
| Compra de maquinaria adecuada para el taller de costura. | | | |
| Contratación y capacitación de personal calificado para el taller de costura | | | |
| Publicidad del taller de costura | | | |
| Convenio con los proveedores para adquirir materiales para la confección | | | |

CONCLUSIONES

- Los habitantes de la Parroquia Roberto Astudillo tienen la cultura de enviar a confeccionar sus prendas de vestir.
- El taller de costura carece de maquinaria actualizada para la confección de las prendas de vestir.
- El taller tiene desabastecimiento de materia prima por ende el cliente se ve en la necesidad de llevar su material para la confección de prendas.
- El taller no cuenta con la publicidad adecuada.
- El taller de costura no cuenta con un logotipo y slogan que lo identifique la clientela.
- El taller de costura no lleva un control adecuado de la situación financiera.

RECOMENDACIONES

- Efectuar préstamos para adquirir maquinaria con mayor tecnología.
- Establecer negociación con los proveedores para adquirir los materiales para la confección a buen precio.
- Realizar publicidad para que el taller tenga mayor reconocimiento en el mercado.
- Contratar mano de obra calificada en la rama artesanal de corte y confección para agilizar la elaboración de las prendas de vestir.
- Establecer horarios de trabajo.
- Contratar un profesional responsable de la parte financiera del taller de costura.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRÁFICA

ANZOLA, Sérvulo, Administración de Pequeñas Empresas, McGraw-Hill, Segunda Edición.

CHIAVENATO, Idalberto, Administración de Recursos Humanos, McGraw-Hill, Octava Edición, 2007.

HERNÁNDEZ, Sergio y RODRÍGUEZ, Introducción a la Administración, McGraw-Hill.

STEPHEN, a, Ross, RANDOLPH, w, Westerfield y JEFFREY, f, Jaffe: Finanzas corporativas, McGraw-Hill, Octava Edición.

ZAPATA, Pedro, Contabilidad General, McGraw-Hill, Sexta Edición, 2008.

LINCOGRAFICA

CALDERÓN, Neyra: Servicio al Cliente,
[http://www.gesxtiopolis.com/es.wikipedia.org/wiki/Cliente_\(economía\)](http://www.gesxtiopolis.com/es.wikipedia.org/wiki/Cliente_(economía)),
Presentacion80@hotmail.com, presentación Año 2002.

DOMÍNGUEZ AVILA Edgar Alan: Estados Financieros, edg_alan@hotmail.com

GARCÍA Lola, Soluciones Eficaces-Clientes,
www.microsoft.com/business/.../cliente.msp

JIMÉNEZ Jeannethe, CASTRO Adrián, BRENES Cristian: Productividad y Eficiencia,
http://WWW.productividad_y_eficiencia.ht, jenjimch@ns.ulatina.ac.cr

MARTÍNEZ C Marta: Formación de Equipos, eopoldo.m.martinez@.net

MARKO Antonio: Proceso de Control, marko170@hotmail.com

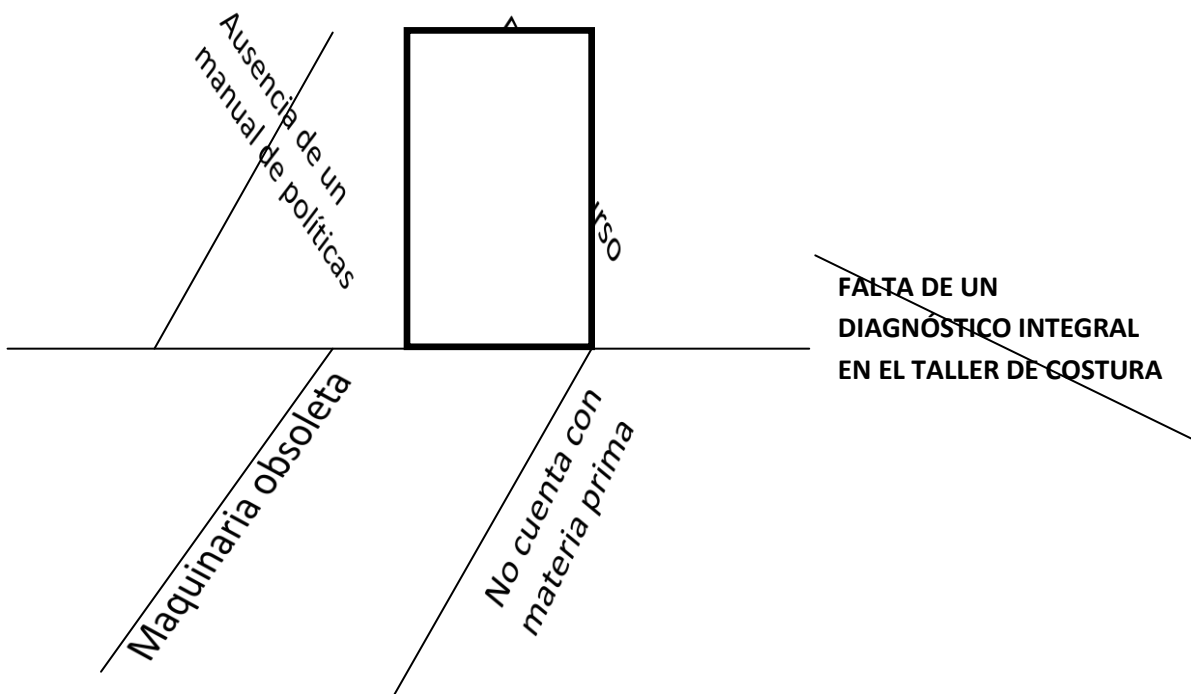
Terry y Franklin: Principios de Administración y Guía de Administración,
<http://www.monografias.com>, extraído el 14 de abril de 2007.

ANEXOS

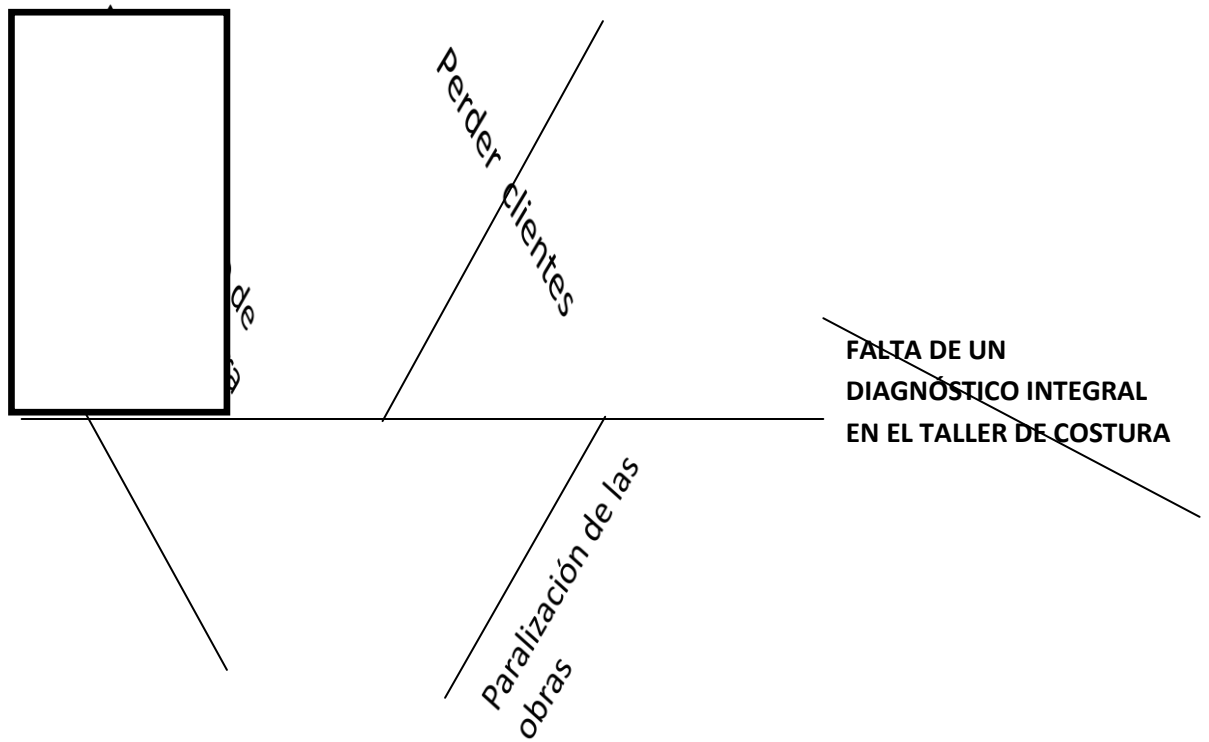
Anexo 1: Diseño del proyecto

Diagrama de Ishikawa

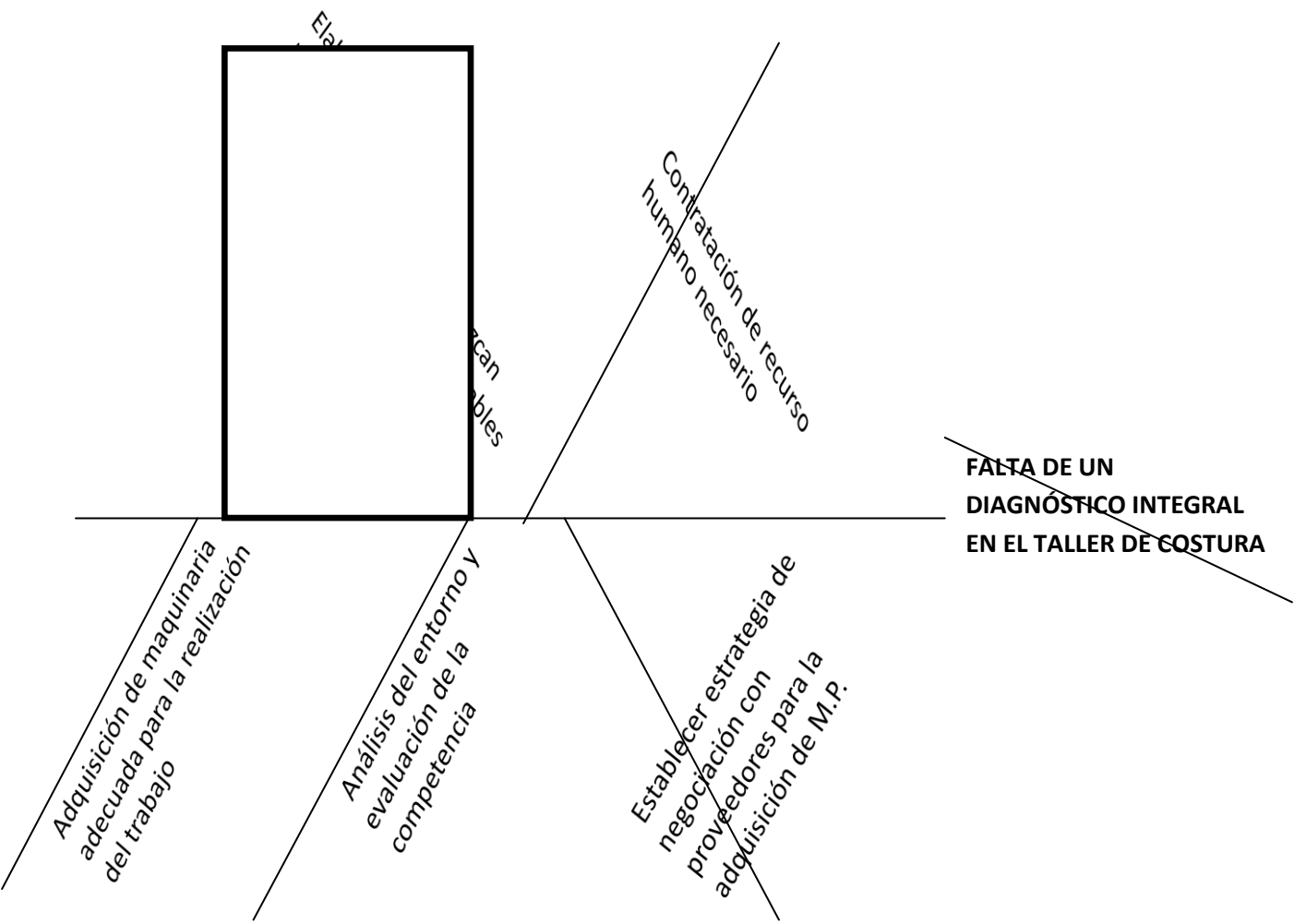
1.- Diagnóstico



2.- Pronóstico



3.- Control del Pronóstico



Anexo 2: Formato de la encuesta.

**ENCUESTA DIRIGIDA A LAS CLIENTAS DEL TALLER DE COSTURA CREACIONES
MARGARITA**

Objetivo;

Detectar las falencias que inciden en el buen funcionamiento del taller de costura
CREACIONES MARGARITA

Instrucciones;

Marque con una x según crea conveniente.

1. Utiliza los servicios del taller de costura “Confecciones Margarita”

Ocasionalmente ☐ Poco ☐ Mucho ☐ Siempre ☐

2. ¿Cuánto tiempo lleva utilizando los servicios del taller de costura?

Menos de tres meses ☐

De tres a seis meses ☐

Entre seis meses y un año ☐

Entre un año y más ☐

3. ¿Qué le parece el acabado de las prendas?

Excelente ☐ Regular ☐

Bueno ☐ Malo ☐

4. ¿Al momento de retirar las prendas confeccionadas ha tenido problemas?

Una vez ☐ Algunas veces ☐ Siempre ☐

5. ¿Qué clase de problemas ha tenido?

Retraso en entrega de prenda ☐

Perdida de la obra ☐

Mal acabado de la prenda ☐

Otros

.....

6. ¿El precio establecido por el servicio prestado, LE PARECE?

Muy caro ☐

Caro ☐

Económico ☐

7. ¿La atención brindada por el servicio, LE PARECE?

Excelente ☐

Muy buena ☐

Buena ☐

Regular ☐

8. ¿Cuál de las siguientes alternativas considera usted que contribuirá al buen funcionamiento del taller “CREACIONES MARGARITA”?

Atención al cliente ☐

Aumento y capacitación del personal ☐

Cambiar ubicación ☐

Ampliar instalaciones ☐

Mejoramiento e maquinaria ☐

Otros ☐

.....

Agradecemos por su colaboración.

Anexo 3: Formato de la entrevista.

**ENTREVISTA DIRIGIDA A LA PROPIETARIA DEL TALLER DE COSTURA
“CREACIONES MARGARITA” señora Blanca Margarita Chávez Carranza.**

Objetivo;

Conocer la situación actual por la que está pasando el negocio, en el aspecto laboral y financiero e identificar los inconvenientes que impiden su crecimiento empresarial.

1. ¿Cuánto tiempo lleva funcionando el taller de costura CREACIONES MARGARITA?

2. ¿Con cuántas personas usted cuenta para realizar las tareas que demanda el taller?

3. ¿Cuál es el tiempo que lleva dirigiendo el taller de costura?

4. ¿Considera usted innecesario contratar personal que contribuya en las tareas que demanda el taller?

5. ¿Qué tiempo le dedica usted a las tareas que demanda el taller de costura?

6. ¿Lleva usted algún registro de los ingresos y egresos del taller de costura?

7. ¿Cómo considera usted en el aspecto económico la rentabilidad de su negocio?

8. ¿La maquinaria que utiliza para realizar su trabajo le es lo suficientemente productiva?

9. ¿Considera usted que los materiales con los que trabaja son los necesario?

10. ¿Cómo ve su taller de aquí a tres años?

Gracias por su colaboración.

Anexo 4: Autorización para ejecutar la propuesta.

Señor Msc.

Lautaro Fajardo

**DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES
DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

Milagro

De mis consideraciones:

Con el afán de mejorar cada una de las actividades del taller de costura, autorizo a PICO CHÁVEZ TATIANA MARGARITA, portadora de la C.I. 092401210-7 y RAMÍREZ BOSA CARMEN JANETH, portadora de la C.I. 092360045-6, para que haciendo uso de los conocimientos obtenidos a lo largo de sus carreras, los utilicen para la elaboración de su tesis, bajo el tema **DIAGNOSTICO INTEGRAL DEL TALLER DE COSTURA CREACIONES MARGARITA Y DEFINICIÓN DE UN PLAN DE ACCIÓN Y MEJORA CONTINIÚA.**

Atentamente,

Blanca Chávez Carranza

PROPIETARIA DEL TALLER DE COSTURA CREACIONES MARGARITA

Anexo 5: Otros documentos adicionales.

Fotografía del taller de costura





